

2020

Smeden i vikingdrakt: Vikingmarkeder som arenaer for håndverksformidling



Julie Felizia Sara Skree

UiB

KUVI 350

03.02.2020

FORORD	4
INNLEDNING: HÅNDVERK I VIKINGMILJØET	5
1.1 PROBLEMSTILLING	6
2 METODISKE OG ETISKE PERSPEKTIVER	8
INNLEDNING	8
2.1.1 VALG AV METODE.....	8
2.1.2 INNSIDERPROBLEMATIKKEN.....	10
2.1.3 FENOMENOLOGI.....	12
2.2 FELTARBEIDET PÅ VIKINGMARKEDER	13
2.2.1 PRESENTASJON AV FELT	16
<i>Nordisk vikingmarked på Borre</i>	<i>16</i>
<i>Informanter og meddelere tilknyttet Nordisk Vikingmarked.....</i>	<i>17</i>
<i>Gudvangen vikingmarked i Njardarheimr vikingby</i>	<i>17</i>
<i>Informanter og meddelere tilknyttet Gudvangen Vikingmarked.....</i>	<i>18</i>
<i>Lofotr vikingfestival.....</i>	<i>19</i>
2.2.2 DELTAGENDE OBSERVASJON.....	20
2.2.3 FELTSAMTALER.....	24
2.3 KVALITATIVE INTERVJU.....	24
2.3.1 <i>Transkribering</i>	<i>27</i>
2.3.2 TEKNOLOGISKE UTFORDRINGER.....	28
3 TEORETISK RAMME.....	30
INNLEDNING	30
3.1 TIDLIGERE FORSKNING PÅ SMING	31
3.2 TIDLIGERE FORSKNING PÅ LEVENDE HISTORIE	34
4 VIKINGMARKEDER SOM KULTURELL ARENA.....	42
INNLEDNING	42
4.1.1 BEGREPER	43
4.1.2 « <i>Vikingmarked</i> »	43
4.1.3 « <i>Re-enactment</i> »	45
4.1.4 « <i>Vikingmiljøet</i> ».....	45
4.1.5 « <i>Viking</i> ».....	46
4.2 VIKINGTIDEN I DEN NORSKE HISTORIEKULTUREN	47
4.2.1 <i>Vikingtiden som opprinnelsesfortelling</i>	<i>48</i>
4.2.2 <i>Vikingtiden i populærkulturen.....</i>	<i>50</i>
4.3. FREMVEKSTEN AV ET NORSK VIKINGMILJØ.....	51
4.3.1 <i>Vikingslagene.....</i>	<i>54</i>
4.3.2 <i>Lokalt og internasjonalt.....</i>	<i>55</i>
4.3.2 <i>Sosiale media og nærhet til naturen.....</i>	<i>56</i>
4.3.3 <i>Autentisitet og identitet.....</i>	<i>59</i>
4.5 VIKINGMARKEDER FRA ET PROFESJONELT PERSPEKTIV	65
4.5.2 <i>Deltakere som formidlere av levende historie</i>	<i>69</i>
4.5.3 <i>Vikingmarkeder fra et amatørperspektiv</i>	<i>70</i>
Oppsummering.....	75
5 HÅNDVERK SOM HISTORIEBRUK OG KULTURARV	77
<i>Innledning</i>	<i>77</i>
5.1 HÅNDVERK SOM LEVENDE HISTORIEFORMIDLING.....	77
5.1.2 <i>Nødvendige anakronismer</i>	<i>83</i>

5.2 HÅNDVERK SOM TRADISJON	83
5.2.2 <i>Tradering i vikingmiljøet</i>	86
5.3 HÅNDVERK SOM KULTURARV	87
5.3.1 <i>Autentisk håndverk</i>	90
<i>Oppsummering</i>	92
5.2.1 <i>Vikingmarkeder som læringsarena</i>	93
6 KONKLUSJON	97
LITTERATURLISTE	100

Forord

Takk til alle meddelere og informanter som har gjort denne oppgaven mulig. Takk til Nordisk Vikingmarked og Borre vikinglag, Lofotr Vikingfestival og Lofotr Vikingmuseum, Gudvangen Vikingmarked, Njardarheimr vikingby og Njardar vikinglag. Uten deres interesse og positive holdning hadde dette prosjektet ikke vært gjennomførbart. Takk til min veileder Hans-Jacob Ågotnes for veiledning og tålmodighet, takk til gjengen på KUVI som har lest utdrag fra det som skulle bli denne teksten, og har gitt gode tilbakemeldinger og moralsk støtte, da spesielt Johan og Gita. Takk til mamma Ruth-Evy for lyttende øre, støtte og innspill. Takk til Hamish for å ha latt meg sprette ball over landegrenser.

Men fremfor alt, takk til min mann som har levd med kulturvitenskapen i stua, på kjøkkenet, i bilen og på soverommet. Et ekteskap i kulturvitenskap er ikke for alle. Audun du er formidabel.

Innledning: Håndverk i vikingmiljøet

I sommermånedene kan man nå reise til kyst og fjord og oppleve *vikinger*. På Borg i Lofoten troner et langhus på en åskam, kjører man inn i Nærøyfjorden enten til vanns eller til lands vil man finne vikingskip på fjorden, samt en hel by innenfor grønne gressvoller, hvor malte dragehoder stikker opp fra takmønene. Spaserer man mellom Borrehaugene i Vestfold møter man en teltlandsby hvor syv hundre mennesker i historiske drakter lager mat, sloss med sverd, eller utfører håndverk. Menneskene man møter på disse arrangementene lever tilsynelatende i en regional tidskapsel, hvor perioden vi kaller *vikingtiden* har begynt igjen, tusen år etter den historiske epokens slutt.

Kommer man nærmere hører man sangen fra ambolten i smia mens lukten av brent kull stikker i nesen. Smeden hamrer til lenker og økser, mens noen vever, skjærer skåler i tre, former keramikk eller glassperler. Historien virker på disse stedene nær oss, som om industrialisering, plastikk og verdenskriger aldri endret den norrøne verden til å bli det moderne samfunnet vi kjenner. Men hva er det som gir denne fornemmelsen av at man besøker et virkelig samfunn, heller enn en fornøylespark eller museumsutstilling?

Vikingene man møter på markedet er ikke ansatte skuespillere. De har ingen replikker, og de lager sitt utstyr og sine klær selv. De er deltagere i et internasjonalt nettverk vanligvis omtalt som *vikingmiljøet*. Dette miljøet kjennetegnes av en interesse for å leve ut, delta i, og formidle historie. Hvor enn man snur seg på et vikingmarked ser man vikinger utøve ulike håndverk. Gjenstander skapes, brukes, selges og byttes. Mye tid legges ned i å ikke bare forme gjenstander slik at de *ser ut* som vikingøkser eller spenner. De formes også med *samme teknikk* som de norrøne folkene brukte for tusen år siden.

Jeg er selv deltager i vikingmiljøet. Jeg kom i kontakt med miljøet via en interesse for kampsport og blankvåpen, men oppdaget snart at jeg også kunne utøve min interesse for håndverk, historie og formidling her. Jeg har tidligere jobbet med formidling av smiing til barn via Norges Fiskerimuseum og Kystkultursenteret i Bergen. Derfor falt det meg naturlig å undersøke vikingmiljøet fra håndverkerens perspektiv. For hvor enn man snur seg på et marked, foregår det håndverk.

1.1 Problemstilling

Håndverk involverer å skape noe med hendene, og det kan virke naturlig å undersøke hva som skapes og hvordan. I denne undersøkelsen er det likevel ikke håndverspraksisen i seg selv som er i fokus, men vikingmarkedene som kulturell arena og håndverkets plass i denne. Vikingmarkeder er fysiske noder i et større nettverk av ulike grupper, arrangementer og individer som interesserer seg for vikingtiden faglig, som profesjonelle aktører; som livsstil, fritidsyssel eller hobby. De ulike aktørene i dette nettverket møtes på markedene, og det er dette møtet av ulike meninger og interesser som skaper kultur. Møtet mellom norske og internasjonale håndverkere som kan ha håndverket som hobby eller yrke, som har lært ett håndverk gjennom generasjoner, eller samlet kunnskap om flere ulike håndverk via kurs, er spenningsfelt hvor vikingmiljøets særegenhet som kulturell arena blir til. Ved å undersøke dette spenningsfeltet kan man si noe om hva som kjennetegner vikingmiljøets kultur, og hvilke sammenhenger som finnes i dette miljøet.

Denne undersøkelsen baserer seg på empiri fra tre vikingmarkeder. Disse tre markedene er på ulike vis mer enn midlertidige arrangement. Et av dem arrangeres midt i en permanent vikingby som er åpent hele året. Noen av håndverkerne som deltar under markedet her har også faste stillinger knyttet til vikingbyen. Det er med andre ord overlappende grenser mellom yrke og fritid blant deltagerne i undersøkelsen.

I dette komplekse feltet ønsker jeg å undersøke hvordan relasjonen mellom fortid og nåtid kan ta plass i menneskers livsverden, og hvilken plass håndverket har i dette. Blant deltagerne i vikingmiljøet finner man historiesyn som kobler fortiden med temaer fra den moderne samfunnsdebatten, slik som miljø og bærekraftighet. Vikingtiden blir et symbol på verdier man synes mangler i det moderne samfunnet, og håndverket blir en måte å uttrykke disse verdiene på. Derfor finner jeg det interessant å undersøke dette fenomenet. For hva er de kulturelle sammenhengene mellom håndverkstradisjon, moderne identiteter og levende historie? Ettersom dette feltet er svært komplekst og kan undersøkes fra mange synsvinkler har jeg valgt å spesifisere hovedproblemstillingen til å dreie seg om håndverket som meningsskapende element for deltagerne i vikingmiljøet:

Hvordan benytter deltakere i det norske vikingmiljøet håndverk til å skape meningsfulle forbindelser mellom fortid og nåtid?

Ettersom jeg i denne undersøkelsen ikke har anledning til å vise et bredt bilde av de ulike håndverkerne som møtes på vikingmarkeder, har jeg valgt å begrense undersøkelsen til smeder og arrangører. Disse kategoriene er på individplan fleksible og overlappende, men representerer to sentrale grupper i vikingmiljøet. Aktiviteten på vikingmarkeder blir som regel beskrevet som formidling av levende historie, derfor beskrives ofte markedsopplevelsen som å tre inn i «en annen virkelighet», eller en «tidsreise» (Gustafsson 2002). Vikingmiljøet, og

aktørene som deltar på vikingmarkeder er likevel nåtidige samfunnsborgere. Som nåtidsfenomen er vikingmarkedene både påvirket av, og uttrykk for samfunnsutviklingen hvor nye kulturelle arenaer utvikler fleksible identiteter og livsstiler. For å forstå det norske vikingmiljøet som moderne kulturfenomen må jeg derfor også undersøke disse underspørsmålene:

Hva kjennetegner det norske vikingmiljøet?

Hvordan fungerer vikingmarkeder som kulturell arena?

Hva representerer vikingtiden for deltakere i det norske vikingmiljøet?

Hva innebærer formidling av vikingtid gjennom levende historie?

Er smiing på vikingmarkeder en del av håndverkstradisjonen?

Hvordan forholder det norske vikingmiljøet seg til kulturarv?

Disse spørsmålene vil bidra til å belyse det norske vikingmiljøets særegenhet og håndverkets rolle i dette miljøet.

2 Metodiske og etiske perspektiver

Innledning

Den kulturvitenskapelige analysen søker å avdekke meningssammenhengene som finnes i et kulturelt felt (Ehn&Löfgren2001:8). Analysen undersøker empiri, som er det kulturelle materialet som har blitt til som følge av forskningen. For å innhente empiri må man ha en metode som er tilpasset feltet man undersøker (Nilssen2014:13). I kulturforskning er det vanlig å tilnærme seg fenomenene direkte gjennom å observere eller intervjuer deltagerne i det feltet som undersøkes. Dette må også gjennomføres på en etisk forsvarlig måte det vil si at man følger de gjeldene lovene for den typen undersøkelse man gjennomfører, men fremfor alt at man forholder seg til de menneskene som blir berørt av undersøkelsen på en medmenneskelig måte. Det vil si at man sørger for at de ikke kan komme til skade som følge av forskningen.

Temaet i denne undersøkelsen er håndverket smiing og de meningssammenhengene det inngår i innenfor det norske vikingmiljøet. Feltet er de tre vikingmarkedene jeg har besøkt, samt vikingbyen Njardarheimr som er en form for historisk senter. Denne undersøkelsen har blitt gjennomført fra et innsiderperspektiv. Det er ikke uvanlig at man som forsker undersøker noe man er interessert i, men det å gå inn i en forskerrolle assosieres likevel med å ha en viss distanse til det miljøet man undersøker. Tanken er at man helst skal forlate feltet når undersøkelsen er over, slik at man kan opprette en faglig distanse når man setter seg ned for å skrive selve analysen (Nilssen 2014). Fordi jeg selv har erfaring med både formidling av håndverket smiing og er deltaker i vikingmiljøet kan det fremstå som om denne faglige distansen er umulig. Jeg kan ikke forlate et miljø jeg allerede er en del av. Derfor vil jeg i dette kapitlet drøfte hva det vil si å være utøvende forsker, og forskende utøver. Samt vise hvordan det å benytte sine praktiske erfaringer i akademisk arbeid, likevel kan ha sine fordeler. Jeg vil også beskrive metodene jeg har valgt, og hvilken empirisk kunnskap jeg har tilegnet meg gjennom bruken av de.

2.1.1 Valg av metode

Målet i denne undersøkelsen har alltid vært å komme nært feltet og søke kunnskapen direkte fra de som innehar den. I dette tilfellet vil det si smedene som formidler håndverk på vikingmarkeder og arrangørene som velger hvilke håndverkere som får komme på markedene. For å finne sammenhengene mellom håndverk, vikingtid og moderne livsstiler gir det mening å undersøke vikingmiljøet fra disse ulike gruppens perspektiver. Min forhåndskunnskap med å være deltaker på vikingmarkeder i andre kapasiteter blir et tredje perspektiv. Metodene jeg har valgt for å hente inn empiri er deltagende observasjon og

kvalitative forskningsintervju. Intervju og observasjon utfyller hverandre ved å gi ulik tilnærming til innsamling av data (Fangen 2010:15). Intervjuet kan gå inn i dybden av det som blir observert, og observasjon kan gi kontekst til det som kommer frem i intervju (Fangen 2010:171). Det innsamlede materialet består av digitale opptak av intervjuer, transkripsjoner og kodinger, feltdagbok med nedskrevne observasjoner og feltsamtaler, samt foto jeg selv har tatt underveis.

Undersøkelsen er gjennomført i perioden mellom sommeren 2018 og høsten 2019, hvor jeg besøkte tre ulike vikingmarkeder. Jeg valgte å gjennomføre feltarbeidet på flere arrangementer fordi selve reisen er en del av det å være viking. Både håndverkere og andre deltagere på vikingmarkeder bruker mye av fritiden sin på å forberede seg til markeder. Selve reisen er og en del av opplevelsen. På grunn av vikingmarkedenes midlertidighet i tid og sted, og de relativt få smedene som finnes i dette miljøet, var det og større sannsynlighet for å finne informanter fra denne kategorien ved å besøke flere markeder.

Vikingmiljøets internasjonale natur ble en utfordring. Flere av smedene var fra europeiske land som ikke har samme grunnleggende opplæring i engelsk, som det vi har i Norge. Jeg kunne derfor ikke innhente skriftlig samtykke ved å oversette kontrakten til engelsk. I de tilfellene hvor jeg kommuniserte med informantene på flere språk som ikke var deres morsmål, kunne jeg derfor ikke være sikker på at jeg hadde tilegnet meg et informert, sikkert samtykke. Derfor er disse avidentifisert i analysen, selv om jeg har muntlig samtykke om deltagelse fra samtlige.

Vikingmarkeder er moderne fenomener, og deltakere benytter seg av moderne sosiale medier, som grupper på Facebook, nettsider og blogger. Derfor kunne innsamling av empiri til denne undersøkelsen ha blitt gjort via disse forumene. I tillegg til å være et etisk utfordrende felt å gå inn i som forsker, fremstår disse nettbaserte arenaene likevel sekundære i forhold til de fysiske møteplassene som vikingmarkedene er. Derfor har jeg ikke systematisk innhentet informasjon fra disse kanalene utover det som inngår i min egen erfaring som deltaker i miljøet.

I denne undersøkelsen er det håndverket i en levende kultur som skal forstås. Kunnskapen om håndverk beskrives gjerne som handlingsbåren kunnskap (Falk 2013:117). Begrepet handlingsbåren vil si at kunnskapen om håndverket ligger i kroppen, den kommer til syne og overføres gjennom praktisk handling (ibid). Begrepet viser til at håndverkskunnskap overføres direkte mellom mennesker ved at mester og lærling¹ er til stede i det samme erfaringsrommet. Praktiske erfaringer overføres ved at man er til stede på samme sted og opplever de samme hendelsene. Opplevde erfaringer slik som det å kjenne varmen, lukten

¹ Med mester og lærling mener jeg her de personene som i øyeblikket innehar disse rollene ovenfor hverandre, ikke de tradisjonelle yrkestitlene.

av kullet og så videre er gjerne språkløse. Man «vet» når jernet i essa er klart til å bearbeides, uten nødvendigvis å kunne beskrive hvordan man vet det. Det er en taus kunnskap (Polyani). Når man skal samle inn kunnskap om praktiske erfaringer gir det mening å være til stede for å selv oppleve det som utføres. Analysen begynner allerede i det man observerer, fordi man noterer seg sammenhengene i det som skjer. Jeg ønsket med observasjonen i smiene å innhente empiri om det uttalte. Jeg benyttet også kunnskapen denne observasjonen ga meg, til å spisse intervju spørsmålene underveis.

Intervju og deltagende observasjon innebærer også etiske utfordringer. Undersøkelsen kan ha senere konsekvenser det er vanskelig for meg i dag å forutse. For å unngå at undersøkelsen får negative konsekvenser for deltagerne i fremtiden, har jeg valgt å være nøye med utvelgelsen av sitater og den generelle fremstillingen av informanter, slik at det som står i den ferdige teksten samsvarer med den informasjonen informantene har fått om hva deltakelse vil innebære (Alver&Øyen 2007:24).

I motsetning til feltsamtaler og feltnotater som er tolkninger allerede idet de blir notert, er det i intervjuene mulig å høre hva informantene konkret har sagt om temaene jeg tar opp i intervjuene. For å unngå at dette materialet kan benyttes til skade for informantene, vil opptakene bli slettet etter at undersøkelsen er ferdigstilt.

2.1.2 Insiderproblematikken

Forskning innebærer å ta en kikk inn i virkelige menneskers liv og virke for å beskrive hvordan de gir mening til sine omgivelser. Derfor må man som kulturforsker alltid forholde seg etisk til sin rolle som forsker (Nilssen2014:13). Når man samler inn informasjon fra mennesker for å analysere og publisere den, kan dette ha konsekvenser for de involverte. Som forsker er man ansvarlig for å minimere negative konsekvenser, og eventuelt åpne for positive konsekvenser av forskningen. Metoden må tilpasses det feltet man undersøker, men også den rollen man selv innehar i forhold til feltet. Det er forskeren selv som er instrumentet for å innhente og tolke empiri (Nilssen2014:29). Feltarbeidet er i seg selv en erfaring, som skal systematiseres i analysen. Kan det at jeg er deltaker i miljøet jeg undersøker medføre etiske problemstillinger?

Man kan få inntrykket av at det alltid har eksistert et klart skille mellom forsker og utøver, på grunn av tanken om at distanse skaper objektivitet og klarsyn (Paulgaard 2006: 70-73). Det å samle inn taus kunnskap både som utøver og forsker, er likevel ikke noe nytt fenomen. Den tidlige kulturforskningen tok form av innsamlinger av kulturprodukter som eventyr, sang, sanger og gjenstander. «Folket» ble sett på som kulturbærere som kunne avlevere kulturelle produkter til en intellektuell elite som igjen kunne foredle dette råmaterialet til å bli nasjonalkultur (Bråten 2013:83). Denne dikotomiske forståelsen av forskeren tilhørende en annen kulturtradisjon enn utøveren, er dog en forenkling av faghistorien. Andris Eivindson

Vang fra Valdres (1795-1877) er et eksempel på hvordan grensene mellom forsker og utøver alltid har vært flytende. Vang er i dag kjent som folkeminnesamler, men var også selv målet for andre folkeminnesamlere i søken etter hans brede kunnskap om folkemusikk.

Folkemusikksamleren Ludvig Mathias Lindeman (1812-1887) skrev ned 144 folketoner etter ham, i tillegg ga Vang selv ut både sagn og folketoner i tillegg til å være både lærer, håndverker og kjøkkenmester (ibid:84). Eksempelet Vang viser hvordan det allerede i den tidlige kulturforskningen fantes forskere som også var deltakere innenfor den kulturen de forsket på.

Den hermeneutiske vitenskapstradisjonen fokuserer heller ikke utelukkende på hvordan man skal tilegne seg informasjon og kunnskap om andres liv og opplevelse, men også på forskerens kontekst som fortolker. Fenomener kan ikke separeres fra fortolkerens forutforståelse, dermed blir et krav om ikke-viten i kulturstudier umulig å gjennomføre (Paulgaard 2006:73).

Når det kommer til kunnskap om kulturelle fenomener som involverer taus kunnskap eller immateriell kulturarv, er det ikke nok å tilnærme seg feltet utstyrt med teorier om tradisjoner, identitet og samfunn. Det å være utøver, å kjenne handlingene slik de oppleves av den fysiske kroppen, kan gi en erfaringsdimensjon som beriker analysen, om man evner å sette ord på sine egne opplevelser.

For å forstå nyansene i menneskelig samhandling er det en forutsetning å kjenne *språket* som benyttes. Her forstår jeg ikke språk kun som det talte, eller skrevne norske språket, men også som de semiotiske tegn og symboler som benyttes i kommunikasjon i vid forståelse. Denne formen for språklig kompetanse krever tid for en utenforstående å sette seg inn i. Det kan være ord og uttrykk som benyttes i spesielle sammenhenger, tonen noe sies med som har symbolsk mening, gester eller posisjoner, usagte uttrykk for tabuer eller selvfølgeligheter. Som insider er denne språkligheten allerede innlært. Utdragingen blir derfor ikke å være «objektiv» i forståelsen av «å stille seg utenfor», men å være refleksiv. Man må huske å stille spørsmål, ikke bare til informantenes handlinger, men også sine egne. For å vite når man er representativ for sitt eget felt, og når man i større grad reagerer som individ på grunnlag av forhold utenfor feltet, er det derfor essensielt å benytte en analytisk tenkemåte hvor man spør seg: *Hvorfor føler jeg dette på denne måten? Hva er det som er selvfølgelig?*

Heller enn å la min egen kunnskap ligge som et «usynlig nærvær» mellom linjene i analysen, ønsker jeg å synliggjøre den ved å trekke frem eksempler fra tidligere erfaringer med markeder, der de åpenbart støtter eller utfordrer det empirien viser til. Mine tidligere erfaringer involverer mennesker som ikke har gitt sitt samtykke til å være del av denne undersøkelsen, eller som ikke kunne gitt et fullstendig fritt samtykke, fordi de står meg nær (Alver&Øyen 2007:39). Derfor blir menneskene i disse eksemplene anonymisert. Fordi det

innenfor vikingmiljøet er lett å gjenkjenne mennesker med beskrivelser av deres utstyr samt hvilket marked man har møtt de på, blir opplysninger om når, eller hvor disse eksemplene fant sted utelatt.

Etter min erfaring danner det seg «reiseruter» blant vikingene. De sosiale båndene som utvikles fører ofte til at de samme menneskene besøker de samme markedene årlig. Min «rute» går mellom Vestlandet og Nord-Norge, jeg hadde derimot aldri vært på Østlandet. Når jeg valgte å dra til Nordisk Vikingmarked på Borre var det for å skape en refleksiv dynamikk i den kunnskapen jeg allerede bærer, i møtet med nye opplevelser. Jeg ønsket også å skape avstand til min egen gruppe, slik at jeg skulle bli kjent med mine egne grenser som forsker, uten å gå inn i innlærte mønstre av deltagelse i vikingmiljøet. Miljøet er likevel lite nok til at man vil treffe igjen folk man kjenner fra før. Det gjorde jeg også på Borre. Det at jeg ikke reiste *med* en gruppe, gjorde likevel at jeg ikke hadde noen obligasjoner ovenfor noen andre. Jeg kunne i større grad bevege meg fritt etter innfall, og beklage ovenfor bekjente at jeg ikke hadde tid til dem. Dette ble møtt med stor forståelse på alle tre markedene jeg deltok på. Det var heller de menneskene jeg ikke kjente så godt, som var interesserte i å vite om forskningen min, som var vanskeligere å avvise på høflige måter.

2.1.3 Fenomenologi

Fenomenologi er et filosofisk perspektiv som i det siste har vært brukt både i teoretiske og metodiske tilnærminger til kulturforskning (Gilje2006:6). Fenomenologi som teoretisk tilnærming har vært kritisert av kulturforskeren Nils Gilje for å benyttes som akademisk «pynt» på det som allerede er etablerte tilnærminger innenfor kulturfagene, som livsverden, intensjonalitet og subjektiv erfaring (ibid). Fenomenologien er heller ikke utviklet av kulturforskere, men av filosofer og litteraturteoretikere som Edmund Husserl, Martin Heidegger og Merleau-Ponty. Formålet med fenomenologien er å synliggjøre den kroppslige erfaringens relasjon til andre ting i verden som noe i seg selv, i motsetning til å forstå kunnskap som en form for lagrede setninger man bærer i hodet (Bengtsson2001:23). Jan Bengtsson hevder at fenomenologien allerede fra sin begynnelse var en metode (Ibid:25) Husserls formulering av å «gå tilbake til tingene i seg selv» kan forstås som å gå tilbake til empirien, som jo begynner som stum erfaring (ibid:26). Å skape mening ut av erfaring er noe mennesker hele tiden gjør. Det fenomenologiske perspektivet minner kulturforskeren på å ikke ta tenkemåter for gitt, men tillate seg å oppleve det som skjer uten å tolke det som noe annet (ibid). Jeg forstår det fenomenologiske perspektivet som beskrivende på det som skjer når jeg ikke husker pinkoden til bankkortet mitt, men likevel klarer å trykke den riktig inn på en kortleser. Fingrene «husker» hva de skal gjøre, om jeg derimot tenker på at jeg ikke husker koden så klarer heller ikke hendene å huske den, før jeg har forkastet tanken om hvor glemsom jeg er.

Et fenomenologisk perspektiv er hensiktsmessig å benytte når man søker å tilegne seg en forståelse av handlingsbåren kunnskap som håndverk ved å benytte deltagende observasjon. Man kan ved å delta nærme seg informantens opplevelse av verden, ved å befinne seg i det samme erfaringsrommet. «Detta är *sakerna själva* och vår tillgång till dem er *erfarenheten* (ibid)».

Også det å delta på vikingmarkeder innebærer en kroppslig erfaring. Man utsetter kroppen for et annerledes miljø enn det man er vant med hjemme når man tar på seg lærsko og tunge ullstakker. Kanskje befinner man seg heller ikke vanligvis så mye ute som man gjør på et vikingmarked, eller så tett på andre mennesker? Et fenomenologisk perspektiv på metode, vil rett og slett si at man er bevisst seg sine sanseerfaringer, og direkte opplevelse av verden. Man forsøker og å tilnærme seg andres kroppslige erfaringer gjennom empati. Når man befinner seg like ved essa til en smed, og kjenner den samme varmen, har man en annen opplevelse av hvordan håndverket blir gitt mening, enn om man leser om det i en bok. Man nærmer seg fenomenet direkte, med alle sansene samtidig slik en deltager i det feltet man studerer også gjør. Deltagende observasjon åpner for et fenomenologisk perspektiv ved at man kan nærme seg ulike individers opplevelse av det samme fenomenet. Jeg har i denne undersøkelsen ikke bare nærmet meg smedens væren på markeder, men også de besøkendes. Ved å posisjonere meg fysisk på de stedene de besøkende står når de opplever smeden i aksjon, kan jeg nærme meg deres opplevelse av håndverket og slik møte feltet med flere perspektiver. Hva er synlig for den besøkende? Hvordan er ting arrangert i forhold til hverandre fra den besøkendes perspektiv? Hvordan er de samme tingenes forhold fra smedens perspektiv? De fysiske erfaringene blir minner om sensasjoner og opplevelser som er med på å gi dybde til kulturanalysen.

2.2 Feltarbeidet på vikingmarkeder

Det norske vikingmiljøet er et komplekst felt, hvor mange ulike grupper interagerer med hverandre på flere forskjellige arrangementer, og over internett. Vikingmarkedene er midlertidige og uformelle arrangementer hvor det sjeldent finnes fullstendige lister over deltagere, selv om dette er noe ledelsen i de fleste vikingmarkeder forsøker å oppnå. Derfor er det ikke mulig å vite hvem som kommer til å delta på et vikingmarked før markedet er i gang. Denne utfordringen har jeg møtt med å kontakte arrangørene på forhånd for å få en generell tillatelse til å gjennomføre forskning på markedet deres, og så forholdt meg til å spørre de potensielle informantene om samtykke til deltagelse i forskningen når jeg har møtt de. De fleste har vært positive, selv om ett marked jeg i utgangspunktet tenkte å besøke sa nei til at jeg kunne befinne meg på området etter stengetid. Dette medførte i praksis et fullstendig avslag på grunn av markedets plassering.

Vikingmiljøet er et imøtekomende og positivt nettverk, så denne tilnærmingen fungerte raskt. Det var dog problematisk for enkelte av arrangørene å få tid til intervju under markedet, selv om de var positive til forskningen. Derfor har jeg også et skriftlig intervju, hvor spørsmålene har blitt utvekslet over epost i etterkant av markedet.

Det kvalitative livsverdensintervjuet skaper en situasjon som kan minne om en samtale mellom nære venner, derfor kan det komme informasjon med på opptakene som egentlig ikke er ment for forskningen (Kvale&Brinkmann 2010:91). Informanten kan rett og slett glemme at man er i en intervjusituasjon, og dermed bekjenne personlig informasjon som kanskje ikke ville blitt delt i en mer formell intervjutype, for eksempel i et presseintervju. Det at man som kulturforsker også skaper bånd til informantene ved å delta med dem i deres daglige liv, forsterker denne effekten. I denne undersøkelsen finnes det en ytterligere forsterkende faktor på denne grenseforskyvningen mellom forskerrollen og min rolle som privatperson, ettersom jeg selv er deltager i miljøet. Jeg har møtt denne utfordringen ved at utvalget av informanter ikke er nære venner, smedene var alle i prosjektets starttidspunkt helt fremmede for meg. Arrangørene har jeg i de fleste tilfellene møtt før, ettersom jeg har deltatt på markedene de arrangerer. I denne kategorien er det vanskelig å unngå at man har et inntrykk av hvem personene er på forhånd, fordi de er fremstående personer i vikingmiljøet som man som deltager er nødt å forholde seg til. Jeg har likevel valgt å utelate de arrangørene jeg omgås med til daglig fra informantgruppen.

Informantene og meddelerne har alle fått lese gjennom deltagerkontrakt som er skrevet etter NSD (Norsk Senter for Forskningsdata) sine retningslinjer. Noen ønsket ikke å lese kontrakten, men mente det var tilstrekkelig med muntlig samtykke. Disse er anonymisert og skilt ut fra de andre i oppgaveteksten, ved at jeg omtaler de som meddelere heller enn informanter. De opptrer i oppgaven under pseudonymer der det var nødvendig å skille de ut fra den anonyme gruppen av «meddelere» for å benytte empirien. Noen av disse vil kunne re-identifiseres av arrangørene på markedene jeg har møtt de på, og enkelte av deltagerne, ved at situasjonen de er beskrevet i, gjør dem gjenkjennbare. De som er deltagere og formidlere på vikingmarkeder har dog allerede godkjent å være tilgjengelige for spørsmål, samt å bli tatt bilder av, for besøkende til markedene. Dette er en av forutsetningene for å drive med formidling på et vikingmarked. Det at jeg likevel ikke beskriver dem med eget navn, eller bruker bilder hvor ansiktene deres er gjenkjennbare, handler om at forskerrollen krever en større forsiktighet med menneskers personvern enn det som kreves av en vanlig besøkende på et marked.

De deltagerne som har signert kontrakten er omtalt som informanter, og fremstår i oppgaven med eget navn. Grunnlaget for å velge å ikke av-identifisere disse er at de likevel lett ville kunne blitt re-identifisert av deltagere i vikingmiljøet, forskningsmiljøet og andre, fordi

miljøene de deltar i er relativt små i Norge. Det er for eksempel ikke veldig mange konservatorer som arrangerer vikingmarked. Ledelsen i Njardarheimr ville på tilsvarende vis vært re-identifiserbare fordi deres prosjekt er unikt i Norge.

En full anonymisering hvor jeg fjernet alle identifiserende detaljer ville derimot fjernet store deler av sammenhengene i materialet, og gjort analysen veldig tynn. Et annet aspekt ved det å bruke informantenes faktiske navn og stillinger i prosjektet er at de får muligheten til å stå for sine egne ord, uten å bli lempet sammen med andres meninger i et generisk «smedene på vikingmarked mener at...», eller «arrangører av vikingmarked opplever at...».

For smedenes del kan det også ha en positiv effekt at de fremstår med eget navn. Dette gjør dem gjenkjennbare for både arrangører av markeder, som er med på å avgjøre om de får plass på et marked, samt potensielle kunder. Denne oppgaven kan være med på å synliggjøre dem som håndverkere og dermed fungere som en gjentjeneste til den uvurderlige kunnskapen de har bidratt med i dette prosjektet. Noen har heller ikke ønsket å signere samtykkeskjema, men gitt muntlig samtykke til å delta i observasjon. Jeg har valgt å omtale de som har deltatt med skriftlig samtykke som informanter, uavhengig om de deltok i intervju eller feltsamtaler.

De som av ulike grunner kun ga muntlig samtykke har jeg valgt å omtale som meddelere. Informantene har fått mulighet til å se igjennom og kommentere transkripsjonen før jeg begynte på analysen, dette har ikke vært mulig å gjennomføre på tilsvarende vis med meddelerne, derfor har jeg valgt å aidentifisere dem, selv om jeg har fått muntlig samtykke til å bruke deres ekte navn. Dette skillet i begrepsbruk gjør det lettere å skille mellom aidentifiserte meddelere og identifiserte informanter. De aidentifiserte meddelerne vil dog kunne re-identifiseres av deltakere i vikingmiljøet fordi jeg benytter foto av deres håndverk. Jeg har likevel ikke valgt å anonymisere dem, fordi jeg da ville risikere å miste mye av sammenhengene i analysen. Beskrivelser av utstyr som esser og hammere kan fort blir ganske abstrakt uten bilder. Jeg har valgt å møte dette etiske dilemmaet med å være varsom med hvordan jeg beskriver de som er aidentifisert. Denne varsomheten strekker seg også til de informantene som står frem med eget navn.

Et viktig etisk prinsipp i kvalitativ forskning er at informanten kan ha tillit til forskeren (Fossheim&Ingjerd2013:7-9). Dette innebærer at man tar seg med varsomhet ovenfor temaer som kan oppfattes som konfliktfylte for informanten, slik som religion, seksualitet og politikk. Som forsker har man taushetsplikt ovenfor sensitive tema som kan komme opp i for eksempel en intervjusituasjon (ibid). Selv om denne undersøkelsen ikke tar for seg noen av disse temaene, kan noen av forskningsspørsmålene likevel oppleves som konfliktfylte. I undersøkelsen av sammenhengene mellom håndverk og levende formidling av vikingtid har blant annet identitet vist seg å være et sentralt tema. Identitet kan oppleves konfliktfylt for

enkelte, spesielt i tilfeller der man snakker om tilskreven identitet som står i motsetning den opplevde identiteten (Båtnes&Egden 2012: 237), slik som for eksempel «innvandrere» i motsetning til «Etiopier». I dette eksempelet er dog konsekvensene av den tilskrevne identiteten langt større enn det som er tilfellet med tilskrevne identiteter på vikingmarkeder. «Viking» kan være en tilskreven identitet, som ikke nødvendigvis oppleves som passende av en deltaker fra England, Finland eller Estland. «Turist» kan også være en tilskreven identitet som kan oppleves ubehagelig for den som mottar en slik kategorisering av seg selv.

Jeg har forholdt meg til denne etiske utfordringen med å undersøke hvordan informantene selv ønsker å beskrive sin tilhørighet til vikingmiljøet, og i den videre analysen tydeliggjøre forskjellen på empiriske begreper og analysebegreper.

Det å delta på vikingmarkeder enten som arrangør eller håndverker er i utgangspunktet assosiert med glede. Jeg har tilnærmet meg informantene som eksperter på sine felt, og forsøker å vise hvordan de bidrar positivt til det norske kulturelle mangfoldet og kulturvernet. Det at informantene er nevnt med sitt virkelige navn, kan derfor også bidra positivt til deres yrkesutøvelse.

2.2.1 Presentasjon av felt

Nordisk vikingmarked på Borre

Borre vikinglag ble opprettet for å videreføre arrangementen av vikingmarked i Borreparken etter at det første vikingmarkedet ble en suksess. Nordisk vikingmarked holdes nå annet hvert år på sletta like ved Borrehaugene nasjonalpark i Vestfold. Ansvar for arrangementet tilfaller den som er høvding i vikinglaget, selv om laget samarbeider om oppgavene som må gjennomføres forut og under markedet (IntervjuEgil2018). Vikinglaget deltar også selv på andre markeder i inn og utland for å bygge nettverk og opprette kontakt med håndverkere de ønsker som deltagere på arrangementet (ibid).

Nordisk vikingmarked har rundt 700 lokale og tilreisende deltagere, og er ett av de største markedene som arrangeres i Norge. Selv om markedet arrangeres på samme sted hver gang er det bare en fast bygning på stedet, en rekonstruert smie. Markedet består ellers av historiske telt satt opp av Borre vikinglag og tilreisende deltagere.

På Borre har jeg snakket med en arrangør, samt hatt uformelle feltsamtaler med andre forbundet med arrangementen av markedet, og flere andre deltagere. Ellers har jeg snakket med tre smeder og to glassperlemakere som også utfører smiing. (Her møtte jeg også Anders som har fast stilling som smed i Njardarheim vikingby.)

Informanter og meddelere tilknyttet Nordisk Vikingmarked

Egil var i 2018 høvding i Borre vikinglag. Egil har vært deltager i vikingmiljøet i mange år, på grunn av en interesse for historie. Han har deltatt i feltsamtaler og svart på skriftlige spørsmål via epost, da jobben med å arrangere Nordisk vikingmarked er så omfattende at han ikke hadde tid til å delta i intervju under markedet.

Jeppe var påmeldt som smed på Nordisk Vikingmarked, men fikk ikke anledning til å smi, på grunn av bålforbudet. Til vanlig er han lærer på Seljord folkehøyskoles vikinglinje, blant annet i faget smiing. Jeppe deltok på markedet sammen med flere av sine elever, og de kunne alle vise frem en imponerende leir hvor det aller meste av utstyret var håndlaget av dem selv. Jeppe deltok i intervju, men deler av opptaket gikk dessverre tapt. Ellers har jeg hatt flere feltsamtaler med Jeppe om hans interesse for håndverk og historie som startet da han gikk lærerskolen i Danmark. Der kom han i kontakt med et dansk vikinglag som førte til at han begynte å engasjere seg for formidling av levende historie.

Pål var smed på Nordisk vikingmarked. Til daglig jobber han som arkeolog. Smiingen er en hobby som han har kultivert til han kunne ta fagbrevet som smed. Pål var en av de som fikk dispensasjon fra bålforbudet under markedet. Han spesialiserte seg i å smi historiske økser. Pål deltok i feltsamtaler og observasjon.

Olai var også smed på Nordisk vikingmarked, i motsetning til de norske og danske smedene, var det å selge arbeidet sitt på vikingmarkeder en sentral del av Olais levebrød. I likhet med flere av håndverkerne fra Tyskland, Polen og de baltiske landene bruker han vinteren i hjemlandet til å produsere verktøy og annet utstyr. Dette blir så solgt på markeder i Norden om sommeren. Bakgrunnen hans var likevel fra akademisk utdanning i historie og pedagogikk. Smedyrket hadde han lært av en læremester som var smed av syvende generasjon. Selv hadde han ingen andre smeder i familien. Denne kombinasjonen av kunnskaper hadde bidratt til å gi ham jobb med å lære barn og unge opp i smiing i hjemlandet. Da dette prosjektet ble lagt ned, valgte han å leve av å selge smedarbeidet sitt på ulike markeder, først i Europa, siden i Norden. Olai har deltatt i observasjon og feltsamtaler med muntlig samtykke, fordi jeg ikke kunne oversette informasjonsskriv og samtykkeskjema til morsmålet hans.

Gudvangen vikingmarked i Njardarheimr vikingby

Gudvangen vikingmarked arrangeres årlig i Gudvangen i Nærøyfjorden. Markedet ble opprinnelig arrangert av Njardar vikinglag på en slette like ved den lokale bebyggelsen. Siden 2016 har det skjedd store endringer i Gudvangen, og det har blitt bygget en fullskala vikingby på stedet. Njardarheimr vikingby er en helårsåpen installasjon hvor Gudvangen vikingmarked fortsatt tar plass en uke i juli. Etter byggingen av Njardarheimr har ansvaret for

arrangeringen av markedet gått fra vikinglaget til selskapet Gudvangen Utvikling AS (GUAS) som driver vikingbyen. Selskapet drives av to lokale innbyggere i Gudvangen.

Selve markedet tok i 2018 plass innenfor gressvollene som omkranser Njardarheimr, og på en grusslette like utenfor portene. Utviklingen av Njardarheimr har ført til at det ikke lengre er like mye plass for deltakere å sette opp egne telt som det var før, men de fleste av byggene som er satt opp i forbindelse med vikingbyen er ment for at deltakende håndverkere skal ha steder å bo og arbeide mens de besøker Njardarheimr.

I tillegg til GUAS og Njardar vikinglag drives Gudvangen vikingmarked til dels av frivillige «frimenn» som regnes som borgere av byen. GUAS har også flere ansatte som driver Njardarheimr også utenom vikingmarkedet. Etter at smien sto ferdig i 2017 har GUAS ansatt to smeder til å holde drift i smia, samt drive andre håndverksrelaterte prosjekter.

Gudvangen har vært det største vikingmarkedet på Vestlandet, og tiltrekker seg deltakere fra store deler av Norge, samt fra mange ulike land, også utenfor Europa. Derfor har jeg selv deltatt på Gudvangen vikingmarked i ulike kapasiteter siden 2016. I løpet av denne tiden har jeg opplevd markedet vokse fra å være en teltleir mellom fergeleiet i Nærøyfjorden og bensinstasjonen, til å bli en vikingby med trehus og gressvoll, smie, kjøkkenhager, høns, sauer, byporter og vakter.

Informanter og meddelere tilknyttet Gudvangen Vikingmarked

På Gudvangen vikingmarked har jeg snakket med to arrangører, og to smeder, samt hatt feltsamtaler med flere deltakere.

Georg er høvding i Njardarheimr vikinglag og har vært sentral i å drive vikingmarkedet i mange år. Georg var den opprinnelige pådriveren til å få til en vikingby i Gudvangen, etter at han forelsket seg i stedet på en handelsreise hvor han formidlet vikingrelaterte suvenirer. Georg startet senere Njardar vikinglag i sin egen hage for å holde liv i drømmen om en lokal vikingby. Som høvding på livstid og fulltid er Georg godt kjent for deltakere på markedet i Gudvangen, da han gjerne ønsker nye deltakere velkommen personlig. Han er også en av ansiktene utad for vikingbyen Njardarheim, og dukker derfor hyppig opp i vikingrelaterte bildesøk på sosiale media. Georg tok jeg kontakt med tidlig i prosjektet, og vi har gjennomført flere feltsamtaler og to intervjuer da det første gikk tapt.

Frode er daglig leder i Njardarheim Viking Valley. Frode har også vært sentral i vikingmarkedet i Gudvangen i flere år, som medlem av Njardar vikinglag. Frode har bakgrunn som tømrer og har derfor hatt en sentral rolle i å utvikle bygningene i byen, deriblant smien. For Frode dreier vikinginteressen seg om mange ulike ting, han har i tillegg til håndverket, interesse for historie, friluftsliv, natur, fotografi, film og media. Han tar vakre bilder og filmsnutter av livet i Njardarheimr som legges ut på byens kanaler i sosiale media,

og kan engasjert fortelle om Njardarheimrs ulike prosjekter, selv om han og liker å bevare noe av mystikken og spenningen ved det som skal skje videre. Frode tok jeg kontakt med i forbindelse med den andre runden med informantutvalg. Han har deltatt i ett intervju.

Siri er ansatt som smed i Njardarheimr og arkeologistudent. Hun ble i løpet av 2019 ansvarlig for Njardarheimrs gruppe for eksperimentell arkeologi, og har deltatt i flere ulike prosjekter i byen i tillegg til å formidle smiing. Siri har vokst opp med farens smie i hagen, og har tidlig tilegnet seg mange ulike håndverkskunnskaper. Det er håndverket som engasjerer henne, det å finne ut hvordan noe ble gjort i fortiden, hvordan problemene ble løst. Det at det ble vikingtid hun skulle arbeide med, er som hun sier en tilfeldighet fordi det er en periode med rikt arkeologisk funnmateriale. Siri tok jeg kontakt med i den andre runden av informantutvalg. Hun har deltatt i flere feltsamtaler, observasjon og ett intervju.

Anders er ansatt som smed på fulltid i Njardarheimr og er ansvarlig for smia både under vikingmarkedet og ellers. Han har en tradisjonell yrkesbakgrunn hvor han har gått i lære i en smie med flere yrkessmeder. Vikingmiljøet kom han i kontakt med omtrent samtidig som interessen for smiing utviklet seg til at han gikk fra å kaldsmi kniver hjemme til å få opplæring som smed. Denne kombinasjonen av interesser førte til at han fikk høre om smia i Gudvangen, og valgte å etterspørre jobb der. Anders er engasjert i smiingen og utfører ikke andre håndverk i noen særlig grad. Han er dog opptatt av å ha kontakt med andre håndverkere for å kunne produsere effektive smidde verktøy til ulike fag.

Anders har deltatt i observasjon, flere feltsamtaler og to intervju, da det første gikk tapt.

Lofotr vikingfestival

Lofotr vikingfestival arrangeres årlig av Lofotr Vikingmuseum på Borg. Arrangeringen av festivalen er knyttet til en enkelt stilling ved museet. Museet ansetter også flere mennesker i midlertidige stillinger i sommersesongen samt frivillige som også hjelper til under festivalen. I tillegg til disse etterlyses frivillige i forkant av arrangementet, noen av disse har tilknytning til de lokale vikinglagene, andre ikke.

Festivalen arrangeres på en fast plass et lite stykke unna museets hovedbygninger som blant annet består av en fullskala rekonstruert vikinghall basert på funn fra stedet. På selve festivalområdet er det også flere rekonstruerte bygg: en smie, et båthus, kai og et grindbygg. Festivalområdet ligger ved en innsjø i et naturskjønt landskap. Her setter museet opp osebergfelt som tilreisende deltakere kan benytte om de ikke har anledning til å ta med sine egne telt. Jeg har selv deltatt på festivalen som artist de to foregående årene før undersøkelsen ble gjennomført.

Likevel er der her også en rekonstruert smie som benyttes i formidling. Hit reiste jeg med min samboer som skulle delta i en teatergruppe jeg tidligere har vært del av. På Lofotr

Vikingfestival snakket jeg med en arrangør og to smeder, i tillegg til feltsamtaler med flere deltakere. Her møtte jeg også igjen Siri som er smed i Njardarheim.

Vegard er ansatt på Lofotr Vikingmuseum og er ansvarlig for festivalen. Vi gjennomførte ett intervju, og flere feltsamtaler.

Phillip er i ferd med å fullføre yrkesopplæring som smed ved en skole i Hereford i Storbritannia. Han ble bedt av museet om å delta som smed på Lofotr i forbindelse med markedet. Phillip har deltatt i observasjon og feltsamtaler.

Hansa ble også bedt av museet om å delta på markedet som smed. Han har en mer tradisjonell opplæring med å gå i lære, og har selv spesialisert seg på knivsmiing og damasksmiing. Han har deltatt i observasjon og feltsamtaler, men kunne ikke signere samtykkeskjema fordi jeg ikke fikk oversatt det til engelsk.

2.2.2 Deltagende observasjon

«Ved å være til stede i menneskers ulike sammenhenger kan du skrive om feltet med en langt større innlevelse og kjennskap enn en som kun studerer det ved hjelp av mer utvendige metoder, der det ikke er snakk om noen direkte samhandling mellom forskeren og informantene» (Fangen:2010, 1).

For å få muligheten til å utfordre min egen erfaringsbaserte forforståelse av hva vikingmarkeder er, og hvilke sammenhenger håndverket inngår i på disse arrangementene, benyttet jeg deltagende observasjon. Formålet var å få tilgang på data om den praktiske utførelsen av håndverk på markeder og hvordan formidlingen mellom deltakere og publikum ble gjennomført.

Deltagelse gir også muligheten for å følge «snøballen» av informasjon som baller på seg etter hvert som man blir kjent i et felt over tid (Fangen 2010: 59). Det vil si at metoden åpner for fleksibilitet, fordi man kan oppdage sammenhenger man ikke på forhånd er kjent med. Til en viss grad hadde jeg allerede før prosjektets start en slik «snøball» av informasjon fordi jeg kjenner flere håndverker og arrangører i vikingmiljøet. Den etiske utfordringen i dette er derimot å se til at man overholder kravet om fritt samtykke. Det å intervju eller observere sine venner og familie innebærer at samtykket ikke kan kalles fullstendig fritt, fordi det for slike informanter kan føles som et sosialt krav å delta. En nær venn kan føle at han «skylder» forskeren å delta i prosjektet. Derfor valgte jeg informanter jeg ikke hadde nært vennskap eller slektskap med fra før. Informasjon jeg har fått fra folk jeg kjenner som innebærer personopplysninger eller andre opplysninger av privat art er heller ikke benyttet i prosjektet.

Deltagende observasjon kan gjennomføres med varierende grad av deltakelse, fra ren observasjon hvor man ikke snakker med de som observeres, til sterk deltakelse hvor man

gjennomfører de samme aktivitetene som deltakerne i feltet (Fangen 2010: 74-80). Ren observasjon er i utgangspunktet vanskelig å gjennomføre på et vikingmarked, fordi det er en uformell sosial arena hvor mange ulike mennesker hele tiden snakker med hverandre.

Graden av deltakelse i denne undersøkelsen kunne sies å være relativt sterk, siden jeg deltok på markedet som «viking», og benyttet feltsamtaler underveis i observasjonen. Jeg deltok på markedene slik andre deltakere i vikingmiljøet gjør, med telt på markedsplassen og historiske klær og utstyr. Dette valget ble gjort av praktiske hensyn. Det å reise til et marked for å forlate det hver kveld, slik som en besøkende, hadde ført til utfordringer med transport og overnattingsmuligheter, ettersom markedene jeg besøkte alle arrangeres noe utenfor allfarvei. Det å delta som «viking» var også med på å synliggjøre at jeg faktisk er deltaker i vikingmiljøet. Det å gå inn i rollen som en besøkende med moderne klær og inngangsbillett, kunne fremstått som om jeg forsøkte å skjule min tilknytning til miljøet. Dette var noe jeg ikke ønsket.

Likevel har jeg ikke benyttet fullstendig deltakelse der man gjennomfører den samme aktiviteten som sine informanter. Jeg har ikke deltatt i arrangementen av markeder, eller formidling av smiing. Jeg har derimot deltatt som engasjert tilskuer til disse aktivitetene. Det å følge med på smedenes «hverdag» åpnet for en spontan tilnærming til feltet. Jeg gikk ikke inn for å lære meg å utføre smedteknikker som en «lærling», men har snakket med smedene både mens de har utført håndverket sitt, og i andre sammenhenger. Graden av deltagelse har også variert mellom markeder og smeder. Noen ønsket å vise teknikker, og oppfordret meg til å forsøke ulike arbeidsstillinger, i disse tilfellene har jeg latt informantene vise meg det de ønsket. Slik at jeg også kunne føle i kroppen de nyansene av håndverket som ikke lot seg forklare med ord.

Målet med metoden er at kunnskapen som produseres mellom informant og forsker er nærmere i takt med den empiriske virkeligheten informantene opplever (Fangen2010:1). Ved å være til stede både i smiene, og ved bålene om kvelden har jeg vært så nær informantenes virkelighet som det var mulig å komme uten å bli smed selv. Dette er likevel ikke så ulikt andre deltakere på vikingmarkeder som interesserer seg for et håndverk.

Deltagende observasjon innebærer at man inntar en forskerrolle selv om man befinner seg i et kjent felt. Forskerrollen innebærer en viss distanse til feltet, fordi man også analyserer det som foregår.

Alle jeg observerte var positive til en litt mer tilbaketrukket forskerrolle, hvor jeg satt i bakgrunnen og noterte hendelser underveis, eller stilte spørsmål til det som skjedde underveis. Dette kan ha sammenheng med at situasjonen ble oppfattet som «vanlig». Når smedene arbeider med håndverket sitt på markeder, er det forventet at de svarer på spørsmål fra besøkende, som også observerer dem, og tar bilder. Dermed var jeg i

utgangspunktet ikke mer «forstyrrende» enn vanlige besøkende. Forskerrollen ble dog tydeliggjort av at jeg brukte mye mer tid sammen med smedene enn besøkende, som kanskje sto og så på i fem minutter, for så å vandre videre. Jeg kom derimot tilbake flere dager på rad, og satt gjerne i flere timer i nærheten av essa. Jeg hadde også notatboken, så de kunne se at jeg noterte det som ble sagt.

Forskerrollen skiller seg fra deltagerrollen ved at den er systematisk. Man har et formål med hva man spør om, annet enn nysgjerrighet. Mitt formål var å undersøke hvilke sammenhenger smiingen på markeder inngår i, derfor stilte jeg også andre spørsmål enn de besøkendes umiddelbare «hva gjør du?». Mine spørsmål var mer at typen «hvorfor gjør du det slik?».

Deltakende observasjon krever sterk grad av refleksivitet. Man må hele tiden stille seg selv spørsmål om hvilken rolle man inntar, og hva det betyr for dataene man samler inn. Utfordringen med deltagende observasjon er ofte å finne en posisjon i feltet hvor forskerrollen passer inn (Fangen 2010:85.87). I et komplekst felt med mange deltagergrupper, som varierer i tid og sted, er det utfordrende å finne sin plass som forsker uten tidkrevende forarbeid. Disse utfordringene ble mindre fordi jeg kjenner feltet fra flere ulike deltagerperspektiver. Jeg er medlem i en hærkampgruppe², jeg har deltatt som skuespiller på flere markeder, og jeg har deltatt som «viking», uten spesielle oppgaver under markeder. Disse erfaringene har gitt meg en forståelse for noe av dynamikken mellom de ulike gruppene, samt kjennskap til ulike markeders forskjellige strukturer, organisering og plassering i tid og rom. Dermed kunne jeg velge hvilke markeder jeg ville delta på med en forkunnskap om hvor jeg sannsynlig ville møte flere smeder, og ha større sannsynlighet for å finne informanter. Jeg valgte tre etablerte markeder, fordi jeg ønsket å finne informanter som kunne svare på spørsmål som omhandlet markedenes historie. Hadde smedene alltid vært en del av vikingmiljøet?

Utfordringen man møter som innsider er likevel nettopp det å være kjent. Ved å delta på de samme markedene år etter år, utvikles forventninger fra miljøet til hvilken rolle jeg som person skal ha under arrangementene. For eksempel er jeg interessert i forholdene mellom samisk og norrøn kultur, noe som førte til at mennesker jeg har møtt under innsamlingen av empiri, ønsket å snakke med meg om disse temaene heller enn det som er relevant for problemstillingene i oppgaven. Med andre ord forsvinner ikke utfordringene med å etablere en forskerrolle i felt når man er innsider, men de endres til å dreie seg om forventninger basert på hvordan man har fremtrådt i feltet tidligere³. Løsningen på dette ble å utvikle en slags timeplan for hvert marked, hvor jeg etter et visst klokkeslett tok «fri», og benyttet tiden

² En kampsportgruppe med fokus på vikingtid.

³ Dette vil jeg komme nærmere inn på i kapittelet om etikk.

til å snakke med andre deltakere slik jeg ellers ville gjort. På den måten kunne jeg si «Møt meg etter klokken seks», for å avlede samtaler som ellers ville tatt opp tiden jeg trengte til datainnsamling.

Som ingeniøren Alfred Korzybski (1879-1950) sa: «the map is not the territory», modellene og begrepene vi bruker for å beskrive virkeligheten, er ikke virkeligheten. Selv om jeg har en annen rolle som masterstudent enn som «viking» er jeg fortsatt uunngåelig den samme personen. De trekkene som kjennetegner meg i sosiale situasjoner er ikke dramatisk forskjellige selv når jeg innehar ulike roller, dette er også med på å gjøre grensene mellom ulike sosiale roller flytende. Jeg liker å snakke med mennesker, jeg er interessert i arrangementer og prosjekter og er utforskende av natur. Jeg har derfor mange ulike interesser, og kjenner mange ulike mennesker. Disse egenskapene vil være gjenkjennbare både for veilederen min, og mine bekjente fra vikingmiljøet. Derfor er ikke overgangen fra å delta i et teater på marked, til å gjøre datainnsamling på det samme markedet så stor som den kan fremstå når man beskriver ulike roller og rollebytte. Dette har også sammenheng med vikingmiljøet som moderne fenomen. Moderne mennesker innehar en refleksiv holdning til sin identitet (Giddens 2007). Når man innehar en refleksiv tilnærming til seg selv og situasjonen man befinner seg i, kan man krysse flere roller og perspektiver i løpet av kort tid. Som forsker vil derimot tapet av refleksivitet kunne føre til at man blir «native» (Fangen 2010:79), ureflektert lytting eller blind deltakelse står i motsetning til kvalitativ metode, som søker meningen i det som blir vist eller ytret (ibid). For å unngå dette har jeg skrevet jevnlig refleksjonsnotater, hvor jeg har stilt spørsmål ved hva jeg har opplevd, og hvorfor jeg opplevde det slik. Dette har også bidratt til å synliggjøre min egen tause kunnskap om vikingmiljøet.

Fordelene med deltagende observasjon er at man som deltager får muligheten til å bli kjent med informantene, og slik kan få tilgang til et rikere og mer nyansert bilde av sammenhengene i informantens aktiviteter, enn ved for eksempel et spørrelistesvar, der man er begrenset til å tolke de forståelseshorisontene informanten selv legger frem i form av tekst (Fangen: 2010:1). Kroppslig erfart kunnskap kan dog være vanskelig å beskrive, både for håndverkeren og forskeren, fordi det involverer tolkning, ikke bare av ytringer men av ytringens kontekst. Likevel er nettopp denne utfordringen en viktig del av kulturvitenskapenes felt, fordi vi søker å beskrive det samtidige og selvfølgelige. Det som i det daglige blir tatt for gitt, kan være kilden til å forstå hvordan vi som moderne mennesker skaper meningssammenhenger. Etnologen Tine Eikehaugs forskning på feltet smiing har vist at det skal lengre perioder med flere intervjuer til for å oppnå nærhet til den tause kunnskapen gjennom forskningsintervju, noe dette prosjektets tidsaspekt ikke har lagt til rette for. Derfor ble som nevnt metoden i dette prosjektet tidlig styrt mot direkte informantutvalg og

deltakelse. Ved å selv ha deltatt på markedene, ha holdt i hammeren, hørt lyden av ambolten, og vært til stede kroppslig, fikk jeg en dynamisk forståelse av håndverkets posisjon og mening på markedene.

2.2.3 Feltsamtaler

Min metodiske tilnærming til feltet innebærer ulike typer samtaler med deltakere i vikingmiljøet. Selv om jeg benytter intervju som forskningsmetode, er de fleste samtaler av en annen karakter. De er spontane utvekslinger med deltakere og besøkende jeg har møtt i feltet, som har vært interessert i prosjektet mitt. Feltsamtalen er mindre formell enn intervjuet, og sjelden planlagt. Noen av de jeg snakket med fikk etterhvert status som meddelere og informanter, mens andre har vært en del av «snøballen» av informasjon. De har ledet meg i retning av andre interessante meddelere, eller de har gitt meg en forståelse av sammenhengene i det komplekse feltet vikingmiljøet representerer.

Feltsamtaler, i likhet med intervjuer, varierer i strukturering (Nilssen 2014). Noen av disse samtaler har jeg notert ned i sin helhet mens de har pågått fordi de erstatter intervjuer i tilfeller der det har vært umulig å benytte opptaker. Andre er mer uformelle utvekslinger. En tidligere arrangør av markedet på Borre, kom bort for å høre hvordan det gikk med prosjektet. Denne samtalen endte med at jeg fikk viktig informasjon om hvordan ledelsen i vikinglaget valgte ut håndverkere fra de mange påmeldte. De fleste av feltsamtalene finnes gjengitt i mer eller mindre grad i feltnotatene mine.

En av utfordringene ved direkte informantutvalg av smedene har dreid seg om tid. Smedene har i flere tilfeller vært begrenset til markedenes åpningstid, eller også værforhold for å utføre håndverket. Dermed har mine observasjoner vært begrenset på samme måte. Denne aktiviteten innebærer nødvendigvis for mye støy til at det er mulig å ta opp samtaler, derfor var det heller ikke hensiktsmessig å intervju de i disse situasjonene. Jeg undersøkte muligheten for å gjennomføre intervjuer etter markedenes åpningstid, men det var de fleste uinteressert i. Flere som samtykket til å bli intervjuet etter stengt tid, var rett og slett ikke mulig å finne mellom 400-700 vikinger i mørket. Derfor ga jeg opp denne strategien og fokuserte på feltsamtaler på dagtid, mens smedene var på «jobb». Sammen med fotografiene jeg har tatt, er disse notatene det konkrete materialet metoden har gitt meg.

2.3 Kvalitative intervju

I tillegg til deltagende observasjon har jeg benyttet intervju som metode for innsamling av empiri. Forskningsintervjuet innebærer at man har en muntlig samtale med en eller flere informanter omkring emnet som forskningen dreier seg om (Kvale&Brinkmann 2010).

Intervjuet kan være mer eller mindre strukturert, avhengig av tid, sted og tema. Som regel har man på forhånd forberedt en intervjuguide som viser til tema som intervjuet skal dreie seg om, eller konkrete spørsmål (ibid).

Jeg brukte elektronisk opptaker under intervjuene, for å slippe å notere underveis, og slik forenkle intervjusituasjonen ved å kunne være mer til stede i samtalen, og oppnå bedre flyt. Fordi jeg også benyttet observasjon i felt som metode unnlot jeg å vise informantene intervjuguiden på forhånd, vi snakket heller litt løst om intervjuet, og hadde noen uformelle feltsamtaler som forberedte de på hvilke tema prosjektet omhandlet. Intervjuteknikken jeg har benyttet kan derfor defineres som løst strukturert, likevel ligger strukturen i temaet, i kombinasjonen av metoder og i utvelgelsen av hvem som ble intervjuet. Formålet med intervjuet er å samle inn kvalitativt materiale, derfor bør spørsmålene være formulert på en måte som tilrettelegger for lengre svar. For å forberede meg til intervjuene leste jeg gjennom intervjuguiden på forhånd, men jeg ønsket samtidig å ha en løs intervjuform hvor informanten fikk størst mulig anledning til å velge i hvilken retning samtalen skulle gå.

Kvalitativ forskning blir til i samhandlingen mellom intervjuer og informant (Paulgaard2006:72-73) derfor ønsket jeg at informantene skulle ha størst mulig påvirkningsgrad, slik at materialet skulle vise virkeligheten deres slik den fremstår for dem, heller enn mine antagelser. Man søker sammenhengene den intervjuede selv opplever som relevante i forhold til temaene som tas opp, derfor åpner også forskningsintervjuet opp for at man underveis velger å følge en annen retning enn den man hadde planlagt i intervjuguiden. Denne tilnærmingen førte til at noen av intervjuene har lengre sekvenser hvor det som snakkes om ikke er direkte relevant for problemstillingen min. Dette ble selvfølgelig ikke transkribert.

Fordi kvalitativ forskning er avhengig av refleksivitet også i forhold til etikk, er det viktig å unngå å stille ledende spørsmål. I løst strukturerte intervjuer som fungerer mer som en samtale, kan det være vanskelig å være bevisst på når et spørsmål kan oppfattes som ledende. Dette dilemmaet har jeg løst med å la være å transkribere deler av intervju hvor strukturen ble for løs, samt la informantene lese gjennom transkripsjonen før jeg gikk i gang med analysen.

Jeg valgte i første omgang å gjennomføre intervju i felt. På grunn av flere komplikasjoner jeg tar opp nærmere i kapittelet «2.4 Metodiske utfordringer» gjorde jeg også intervju på andre steder enn markedene og skriftlig, via epost. Dermed består materialet av tre ulike typer intervju med varierende grad av styring mot intervjuguiden fra min side. De minst strukturerte intervjuene er feltsamtaler, hvor samtalene er notert for hånd. Disse er gjort uten opptaker fordi informanten ikke ønsket å bli tatt opp, på grunn av støy, eller fordi jeg selv vurderte situasjonen som minst forstyrrende for markedet og informanten ved å la opptakeren ligge.

Den største utfordringen ved å gjøre intervju i dette feltet er at markedene er relativt hektiske. Arrangørene har ansvar for å være tilgjengelige for deltakere kontinuerlig, og har liten tid til å sette seg ned mens markedet pågår. Selv der de har tatt seg tid, har intervjuene blitt avbrutt av telefonsamtaler og forbipasserende med spørsmål eller utfordringer som har krevd arrangørens oppmerksomhet. Derfor er det en fordel å komme tilbake senere med spissede spørsmål, slik at informantene får tid til å tenke gjennom svarene, spesielt når spørsmålenes tema går utover det enkelte markedet man befinner seg i. Dette har jeg ikke hatt anledning til med alle informantene på grunn av tidshensyn, men Anders og Georg har jeg intervjuet to ganger, og dermed fått til noe av denne effekten. Kombinasjonen av flere feltsamtaler og intervju har også åpnet for betenkningstid og presiseringer. Spørsmål som omhandlet antall deltagere og besøkende har jeg kommet tilbake til skriftlig, og undersøkt via markedenes nettsider.

Dette ga dem muligheten til å sjekke deltagertall og lignende fra statistikkene sine, samt muligheten til å reflektere over spørsmålene. Det ga også meg tid til å reformulere mer spissede spørsmål etter hvert som jeg underveis i prosjektet snevret inn problemstillingen til å dreie seg mer i retning av markedene som arena for tradisjonsoverføring, og vekke i fra smeden som formidler av vikingtid.

På grunn av utfordringene jeg møtte med innsamling av materiale sommeren 2018, ble det til at jeg gjennomførte en tilrunde med intervjuer. Fordi jeg allerede hadde gjennomført intervjuer og observasjon, og fikk tid til å lese mer om temaet, hadde jeg nå fått ny kunnskap jeg kunne benytte til å stille spørsmål under intervjuene. Denne nye kunnskapen var til en viss grad teknisk, slik at det ble lettere for meg å følge med i samtaler som dreide seg om teknikker innenfor smiing. Jeg leste også mer av den tidligere forskningen på smiing før jeg gjennomførte de siste intervjuene, og hadde slik en hermeneutisk tilnærming til innhenting av materiale. Intervjurunde to ble gjort ved at jeg dro opp til Gudvangen, og snakket med informantene der. Dette foregikk litt ulike steder i vikingbyen, ettersom jeg lot informantene selv bestemme hvor de ville være mest komfortable. Jeg valgte også denne gangen å forholde meg noe løst til intervjuguiden, selv om jeg hadde notert meg noen nye spørsmål. I forhold til de jeg hadde intervjuet før var dette ikke noe problem. I intervjusituasjonen med de «nye» informantene, ble derimot situasjonen annerledes. I et par av intervjuene ble jeg var på at informanten snakket til et «tredje nærværende» (Pripp 2001:71-75), og forsvarte seg mot kritikk fra andre hold. Dette overrasket meg, ettersom jeg forventet at dette ville være et dilemma mer knyttet til lengre forskningsprosjekt, hvor man bygger intimitet mellom forsker og informant over tid. Disse delene av samtalene kunne jeg nødvendigvis ikke bruke i analysen, da de inneholder for mye personlig informasjon, og omhandler konfliktfylte temaer som ikke er relevante for dette masterprosjektet. Derfor er de slettet fra opptakene, og heller

ikke transkribert. I ettertid ser jeg at jeg kunne ha gjort intervjusituasjonen mindre utsatt for denne typen problematikk ved å sende intervjuguiden på forhånd. Likevel føler jeg at disse delene av samtalene ga meg et rikt innblikk i hvordan det å drive og delta i en vikingby hver dag, er annerledes fra å drive marked en gang i året, eller annethvert år.

2.3.1 Transkribering

Transkripsjonen, nedtegnelsen av intervjumaterialet kan gi ny innsikt i det empiriske materialet. Fordi transkripsjonen innebærer at man tolker muntlig samtale, må man også ha etikken i mente. Der den transkriberte teksten skal benyttes i oppgaveteksten er det viktig at man gjengir informantens ord med respekt ovenfor meningen i det som blir sagt og sammenhengen det sies i.

Det å lytte aktivt på opptak er en analytisk handling, hvor man oversetter meninger som i intervjusituasjonen kom frem, ikke bare med ord, men også i toneleie, kroppsspråk, bevisste pauser og ansiktsuttrykk. Disse signalene kommuniserer mening i like stor grad som hvilke ord som brukes eller setningenes oppbygning. Sistnevnte inngår i det lingvisten Mikhail Bakhtin (1895-1975) kalte talesjangrene (Bakhtin 2005:1). Jeg vil her utvide Bakhtins begrep for å inkludere den ikke-verbale kommunikasjonen, man kan kalle det *samtalesjangrene* man ubevisst behersker. I samtale tilpasser man de ikke-verbale ytringene til lytteren, på samme måte som ordene. Dette skjer så ubevisst at man kan oppleve mennesker som gestikulerer selv om de snakker i telefonen, hvor samtalepartneren ikke kan se signalene de sender. Om jeg hadde benyttet intervjumateriale fra arkiverte opptak, hadde denne typen informasjon gått tapt, og jobben med å fortolke samtalen hadde blitt langt mer utfordrende.

Det å transkribere sine egne intervju er på mange måter som å bli satt tilbake i situasjonen man var i. Lydene i opptaket minner en om hvor i samtalen den andre gestikulerte for å understreke ett poeng, eller hvilke ansiktsuttrykk som ble brukt for å understreke skiftninger i toneleie. Samtidig gir avstanden til situasjonen nye perspektiver til det som blir sagt, og man begynner å se sammenhenger som ikke var tydelige da intervjuet ble tatt opp.

Det ferdig transkriberte materialet er grunnlaget for koding og analyse, men det er også en oversettelse av samtalsens mange sjangere til ren tekst. Teksten skal kunne siteres og analyseres inn i meningsgivende kategorier. Det er stor forskjell mellom muntlig samtale og akademisk tekst. En av disse forskjellene ligger i hva leseren oppfatter som intelligente ytringer. Kontrasten mellom analytisk akademisk språk og en oversatt muntlig ytring kan føre til at informanten leses som mindre intelligent. Det er et etisk prinsipp i kvalitativ forskning at man tar hensyn til informantens omdømme, også i hvordan de siteres. Derfor valgte jeg å transkribere til bokmål. Fordi jeg ikke bruker lingvistikk i analysen, var det heller ikke nødvendig å bevare dialektale forskjeller i språk. I det jeg jobbet med materialet mitt innså jeg hvor mye av samtalsens mening som overføres gjennom disse ulike samtalsjangrene.

Det var utfordrende å «være tro» til samtaleens meningsnyanser, samtidig som jeg oversatte til en tekst som fulgte reglene for rettskriving på bokmål. På grunn av dette valgte jeg å kategorisere deler av kommunikasjonen som *samtaledrivere*, som jeg fjernet fra den endelige teksten. Med *samtaledrivere* mener jeg små ord som «jaja», «jaha», «ikke sant» o.l. når de fremkommer i intervjuene som tenkepauser eller oppfordringer til å snakke videre. De driver samtalen. Avhengig av toneleie kan disse ordene også være bekræftelser og spørsmål, i disse tilfellene lot jeg dem stå. Jeg valgte også å sette inn ord som i muntlig samtale blir utelatt og erstattet med endring i tonen, slik som «med», «da» og «fordi», samt å endre ordstillingen i de tilfellene hvor teksten ville få bedre flyt av en mer standardisert ordstilling, uten at meningsinnholdet ville endres.

I tilfellene der bevegelser og stemmeendringer var meningsbærende i samtalen, valgte jeg å sette inn parenteser med korte beskrivelser av disse, for at jeg selv ikke senere skulle feiltolke ytringen. Disse ble selvfølgelig ikke med i sitater i den endelige teksten.

Et annet dilemma jeg støtte på under transkriberingen var hvordan jeg viser meg selv, kontra hvordan jeg viser informantens stemme. Fordi jeg ønsker at informanten skal leses som kyndig på sitt område, valgte jeg å ta vekk mye av muntligheten i språket ved å transkribere til en konsekvent målform. Men når jeg hørte etter på hvordan jeg selv stiller spørsmålene i intervjuet, ble det tydelig at jeg og informanten i noen tilfeller hadde tilnærmet oss en lik grad av muntlighet. Vi hadde oppnådd det jeg opplevde i intervjusituasjonen som en god flyt i samtalen, men da dette skulle transkriberes, ble graden av oversettelse også større. Dette vises ved at intervjuene i begynnelsen har større grad av spørsmål formet i hele setninger, som svares i hele setninger. Intervjuene var ca. en time lange. Når de i gjennomlyttingen hadde passert omkring en halvtime, så hadde vi begge begynt å forkorte språket og bruke flere samtalejangre, som gestikulering, pauser og toneleie, til å formidle mening. Jeg valgte å transkribere flere av disse småordene, og de «falske begynnelsene» hvor man begynner på en setning, stopper opp, tenker seg om og begynner igjen -i mine egne spørsmål, fordi det ville synliggjøre om jeg stilte spørsmålet på en ledende måte, og også hvor det eventuelt oppsto misforståelser. I de tilfellene hvor de ikke tilsynelatende påvirker samtalen i særlig grad, tok jeg de vekk.

2.3.2 Teknologiske utfordringer

Moderne teknologi er laget for å gjøre livet lettere. I praksis er det dog ikke alltid slik. Den største utfordringen med feltarbeidet var derfor bruk av teknologi til innsamling av empiri. I feltet hadde jeg ikke tilgang på sikre strøm eller nettverkskoblinger. Det vil si at jeg kunne ikke lade elektronisk utstyr på en måte som utelukket andres tilgang til opptaker, laptop eller telefon, noe som er et krav fra NSD. Dette løste jeg ved å investere i en portabel lader, digital

opptaker og en bok til å notere i. Disse tingene bar jeg hele tiden med meg for å unngå at andre kunne få tilgang til dem.

Etter å ha undersøkt ulike opptakere og nøye sjekket for batteritid og kompatibilitet med pc og lader tenkte jeg at dette skulle i alle fall ikke bli noe problem. Jeg gjennomførte fire intervju på i løpet av sommeren 2018, kom hjem fra feltarbeid i august med opptak som hørtes ut som trafikkstøy midt i ettermiddagsrushet. På grunn av praktiske utfordringer hadde jeg valgt å vente med transkriberingen til jeg var ferdig med innsamlingen. Dette viste seg å være et dårlig valg, da jeg oppdaget problemene med filene først når det allerede var for sent å gjøre intervjuene på nytt..

Jeg valgte å benytte anledningen til å revurdere intervju spørsmålene og problemstillingen i prosjektet. Den første runden med intervjuer og observasjon hadde gitt meg ny kunnskap om feltet. Denne kunnskapen valgte jeg å bruke til å spisse spørsmålene mer i retning av sammenhengene mellom vikingmiljøet og håndverk. I denne prosessen endte jeg med å endre problemstillingen i oppgaven fra å dreie seg om smeden som «viking», til å spisse seg mot hvordan håndverk benyttes til å skape sammenheng mellom fortid og nåtid på vikingmarkeder. Jeg beholdt intervjuguiden. Jeg hadde dog skrevet ned noen flere tilleggsspørsmål som hadde kommet opp i de tidligere intervjuene.

Desember og januar ble brukt til å kontakte potensielle informanter. Jeg valgte å fokusere på vikingbyen Njardarheimr i Gudvangen, fordi jeg etter den første innsamlingen opplevde at dette var det området i feltet hvor det var størst potensiale for å forstå utviklingen av håndverk innenfor vikingmiljøet i nyere tid. Njardarheimr hadde i 2019 to fulltidsansatte smeder, i tillegg til andre håndverkere som bor i byen i lengre perioder året rundt. Dermed kunne jeg dra opp i februar og gjennomføre intervjuene i felt, samt gjøre flere observasjoner. Dette ga meg muligheten til å observere dette stedet utenom markedet. Slik fikk jeg et bedre bilde av hvordan Njardarheimr er strukturert, og hvordan smedene fungerer på daglig basis. En av smedene hadde dog ikke tid til å gjennomføre intervju før begynnelsen av mars. På grunn av den alvorlige forsinkelsen utfordringene med innsamling hadde medført ble jeg nødt å utsette innleveringen av prosjektet til februar 2020.

3 Teoretisk ramme

Innledning

Denne undersøkelsen hviler tungt på empirien som er samlet inn gjennom feltarbeidet. Dette er fordi det finnes svært lite forskning på norske vikingmarkeder, og ingen tidligere forskning på håndverk i det norske vikingmiljøet. For å kunne besvare spørsmålet om hvilke kulturelle sammenhenger som skapes mellom fortid og nåtid på vikingmarkeder, og hvilken plass håndverket har i dette, må det likevel noen forklarende begreper til. I mangel på tidligere forskning innen eksakt samme felt, har jeg derfor valgt å kombinere grep fra forskning på håndverket smiing i Norge, og forskning på historiske markeder i Norden. Utvalget av forskning er gjort på grunnlag av interessante begreper og perspektiver som er relevante for å forstå håndverkere eller formidlere av levende historie.

Når man snakker om historie møter man raskt på begrepet autentisitet. I miljøer som formidler middelalder eller vikingtid benyttes begrepet på to ulike måter. Lottan Gustafsson benytter i sin avhandling «Den Förtröllade Zonen», modernitetsforskeren Anthony Giddens forståelse av begrepet hvor autentisitet beskriver en opplevelse av ekthet som er sentral i det moderne menneskets søken etter mening. Man kan altså beskrive dette som en «Giddensk autentisitet». Det er dog vanligere blant formidlere av levende historie å benytte begrepet autentisitet som en verdidom hvor noe bedømmes som mer eller mindre «historisk korrekt», man kan altså kalle dette for «historisk autentisitet». Selv om autentisitet kan benyttes som analysebegrep, har jeg i denne undersøkelsen valgt å forholde meg til begrepet som empirisk.

Vikingmiljøet er et komplekst felt hvor mange ulike diskurser overlapper med hverandre. En enkelt samtale mellom deltakerne i dette miljøet kan lett hoppe mellom tradisjon, kulturarv, naturbruk, historie og identitet. For å skape en oversikt over sammenhengene mellom disse begrepene og den konteksten de benyttes i, bruker jeg den svenske historieprofessoren Peter Aronssons begreper, historiekultur, historiesyn og historiebruk som overordnede. De kulturelle sammenhengene mellom håndverk og formidling av levende historie kan undersøkes fra flere perspektiver. I denne undersøkelsen er det empiriske materialet skapt i samarbeid med arrangører av vikingmarkeder og håndverkere som smir på de samme markedene. Selv om disse menneskenes aktiviteter er svært forskjellige, fyller de ulike roller i det samme miljøet hvor formålet med deres aktiviteter primært sett er å formidle vikingtidens historie. Perspektivet i denne undersøkelsen er derfor på sammenhengene som skapes mellom fortid og nåtid av håndverksutøvere på vikingmarkeder.

Historiens funksjon beskrives av den svenske historieprofessoren Peter Aronsson som å fortelle hvem vi er og hvordan vi har blitt sånn (Aronsson 2004:13). De historiske

fortellingene som dominerer i samfunnet får igjen konsekvenser for institusjoners legitimitet og individers identitet (ibid:17). Fortellinger om historie skapes på grunnlag av historiske tekster, arkeologiske funn, tradisjoner, skikker og andre minner eller artefakter som regnes som autentisk historiske (ibid:14). Dette historiske materialet er det Aronsson beskriver som historiekulturen (ibid).

Historiekulturen er med andre ord den samlede kollektive kunnskapen om historie, enten i materiell eller immateriell form, som er tilgjengelig innenfor et samfunn. Sammenhengene som skapes i de historiske fortellingene er forskjellige mellom ulike samfunn, for eksempel er det store forskjeller mellom det norske middelalder samfunnet og det moderne norske samfunnet. Derfor må man også forstå det slik at det finnes ulike historiekulturer.

Middelalderens historiekultur var for eksempel langt mer opptatt av arverekker enn det vi er i det moderne Norge, og det var vanlig å fortelle historie muntlig. Vår historiekultur inneholder derimot fremstillinger av historiske hendelser på film og radio i tillegg til muntlige fortellinger.

Vikingmarkeder er arrangementer hvor flere elementer av historiekulturen benyttes nettopp til å skape fortellinger om vikingtiden. Det å drive med levende historie, enten det er på fritiden eller som yrke, er å benytte historiekulturen. Dette begrepet skaper en forståelseshorisont hvor det er mulig å se sammenhengen mellom de ulike synene på tradisjon, håndverk, kulturarv, autenticitet og formidling som finnes i det norske vikingmiljøet.

3.1 Tidligere forskning på smiing

Forskning på håndverk i dag er ofte i form av dokumentasjonsprosjekter hvor man søker å ivareta lokal eller marginal håndverkskunnskap ved at det tilrettelegges for opplæring mellom håndverkere. En eller flere håndverkere går da i lære hos en med spesiell kunnskap mens prosessen blir dokumentert, slik at håndverkerne senere kan benytte dokumentasjonen i sitt virke (Falk2013:117). Håndverket smiing er og høyt representert i arkeologisk forskning, der undersøkelser av smedgraver og jernvinner danner bakgrunnen for teorier om smedens rolle i jernalder og middelalder. (Sauvage1995:6-58). Andre former for håndverksforskning kan være undersøkelser av en spesifikk materiell kategori, for eksempel hordabiler⁴, hvor disse blir forsøkt rekonstruert av en håndverker (Granås 2005). Håndverksinstituttet er sentralt i å tilrettelegge for denne typen prosjekt. Forskningen på håndverk blir i disse tilfellene en dokumentert arbeidsprosess, hvor hensikten er å bevare spesifikk kunnskap om den fysiske aktiviteten knyttet til konkrete gjenstander, samt gjøre kunnskapen tilgjengelig for håndverkere (Falk 2013:121, Granås 2005). Denne oppgaven er ikke et slikt

⁴ Hordabilen er en øksetype funnet i Hordaland som benyttes i tømring.

dokumentasjonsprosjekt, men søker heller å forstå hvilke kulturelle sammenhenger håndverket inngår i. Håndverk har ikke før blitt undersøkt med vikingmarkeder som felt.

Når man undersøker hvordan gjenstander blir laget og de tekniske utfordringene knyttet til denne prosessen, ligger forskningens fokus på spesifikke materielle kategorier samt overføringen av handlingsmønstre direkte fra person til person. Den immaterielle kulturarven blir på denne måten ivaretatt i de menneskene som deltar i prosjektene, men den blir ikke alltid analysert. Det er håndverket i seg selv som videreføres, mens de sosiale og kulturelle sammenhengene håndverket inngår i er sekundære. Et tilfelle hvor det kulturelle aspektet likevel er undersøkt er etnologen Tine Eikehaugs undersøkelse av navarsmedene på Meland (Eikehaug 2006). Oppgaven ble skrevet i sammenheng med et registreringsprosjekt gitt av Fylkeskonservatoren i Hordaland etter at Håndverksregisteret på Maihaugen hadde tatt initiativ til å følge opp NOU 1986 nr.15 «Vern, videreføring og gjenreising av gamle håndverk». Oppgaven er dermed blitt til i sammenheng med offentlige tiltak for å bevare tradisjonelle kunnskaper om smiing. Hun har også gitt ut en bok på bakgrunn av materialet i hovedoppgaven: «Narvarsmeden – Soga om ein gammel handverks kunst» (2006). Eikehaug undersøker smedyrket i en overgangsfase fra *tradisjonssamfunn* til *moderne samfunn*. Ved siden av å dokumentere håndverksprosessen benytter Eikehaug livsverdensintervju for å plassere smedkunnskapen i sin *historiske og lokale kontekst*. Hun finner at smedene på Meland har vært deltagere i et lokalt arbeidsfellesskap, hvor håndverket var en naturlig del av hverdagen til hele familier. Det fantes ikke tydelige overganger mellom arbeid, opplæring og fritid. Barna lekte i smien mens de voksne hvilte middag, og ble etter hvert satt til å hjelpe med enkle oppgaver som å spikke skaft, eller grovslipe kniver. Denne sømløse opplæringen førte til at kunnskapen om smiingen bare «satt i hendene» på smedene som taus kunnskap. Dette kan også forstås som at den immaterielle «tause» kunnskapen blir overført ved at håndverkerne deltar i et fellesskap av praksis. Eikehaug beskriver hvordan den industrielle utviklingen på 1950 og 60-tallet forenkler smiingen ved at moderne utstyr som maskinhammer og slipemaskiner blir tilgjengelige, og hvordan smedene aktivt deltar i denne utviklingen. Smeden som håndverker er altså selv en aktør som både viderefører og skaper håndverkstradisjonen. Samtidig fører den samme utviklingen til at håndverket mister sin samfunnsrelevans. Eikehaug viser hvordan denne prosessen også henger sammen med utviklingen av yrkesskolene, som etter hvert ble et naturlig steg i prosessen med å etablere seg som håndverker. Eikehaug forstår smeden som en kulturell aktør som aktivt tar del i moderniseringsprosessen, ved å tilpasse yrket og delta i moderne skoling. Etter hvert som det blir vanligere å sende ungdommen på yrkesskoler for å lære om metallens egenskaper, skjer det en mentalitetsendring hvor den tradisjonelle opplæringen i smiene på gårdene blir sett på som ufullstendig i forhold til offentlig utdanning.

Samfunnsutviklingen som foregår på 1950 og 1960-tallet er med andre ord medvirkende til oppfatningen av en dikotomisk forskjell mellom 'det tradisjonelle' og 'det moderne'.

Mentalitetsendringen som skjer i denne perioden fører til at kunnskapsoverføringen fra person til person gjennom mange generasjoners ledd, blir brutt, og opplæring blir en offentlig oppgave. Håndverkerne går fra en flytende tidsoppfatning, hvor arbeid, lek og fritid er overlappende kategorier, til en moderne arbeidshverdag hvor produksjon og fritid er tydelig avgrenset.

Da Eikehaug gjennomførte sin forskning på 1990-tallet, var kunnskapen om hvordan å smi navarer nesten forsvunnet. Det var ingen som hadde smiingen som yrke lenger. Det å smi var blitt en hobby, typisk for eldre menn som husket de aktive smiene fra sin barndom. Dette fenomenet, hvor smiingen fungerer som fritidsysse er videre undersøkt av Lars Olsen i hans masteroppgave i kulturvitenskap: «Smi mens jernet er varmt: en kulturvitenskapelig analyse av fenomenet smiing i det senmoderne samfunnet» (2009). Olsen avgrenser sin undersøkelse til å dreie seg om hvordan det å ha kunnskap om smiing fungerer som et element av identitetsdannelse for unge menn. Han undersøker fortellinger om den maskuline smeden og hvordan de blir reproduisert blant menn som deltar på kurs i smiing. Olsen finner at fortellinger om smeden har eksistert siden den første nedskrivningen av norrøne fortellinger på 1200-tallet og fortsatt finnes i form av folkeeventyr. Smeden er i disse fortellingene forbundet med magiske evner, veldig styrke, og like veldig temperament. Olsen trekker frem den mytiske smeden som en aktør på grensen mellom natur og kultur. Denne smeden er nødvendig og respektert men også farlig, slik som man ser i fortellingen Fanden i Nøtta som viser smeden som en som kunne overvinne djevelen selv. I Olsens undersøkelse kommer det frem at disse fortellingene fortsatt er kjent for moderne hobbysmeder, som vektlegger tradisjon og det å være i kontakt med fortiden som en verdi knyttet til håndverket. Olsen viser hvordan en gryende interesse for rekonstruering av smidde gjenstander fra vikingtid, uttrykker et behov for å forstå seg selv i sammenheng med fortiden. Dette gir mening i forhold til at oppgaven er publisert bare fire år etter opprettelsen av de første vikingmarkedene i Norge. Det bekrefter også at håndverket smiing er lite undersøkt som kulturvitenskapelig felt.

Man ser altså at håndverket smiing innebærer kunnskaper om håndverkspraksiser som traderes i arbeidsfellesskap hvor håndverkere kan møtes og utveksle sine erfaringer. Disse fellesskapene er og med på å etablere «smed» som identitet gjennom overføringen av kulturell informasjon. Smeden kan forstås som en aktør som selv er med på å skape disse læringsarenaene hvor håndverk utføres, formidles og traderes. Om man ser på vikingmarkeder som læringsarenaer kan man og sette smiingen i sammenheng med moderne historiesyn hvor håndverkspraksis kan representere en forbindelse til fortiden, gjennom opplevelse.

3.2 Tidligere forskning på levende historie

Der den tidligere forskningen på smedhåndverket viser hvordan håndverket har utviklet seg fra å være et yrke eller bigeskjeft til å bli en hobby, ser vi og hvordan bevaringstanken bak håndverksregisteret forutsetter at det finnes kulturelle arenaer hvor håndverket kan utføres og utveksles. Denne oppgaven er avgrenset til å dreie seg om smedhåndverket innenfor en slik arena, nemlig vikingmarkedene. Vikingmarkeder er en arrangementsform som har spredt seg i Skandinavia og Nord Europa siden 1990-tallet, og har røtter i det blant annet det Skandinaviske middelalder miljøet. Det finnes ingen tidligere forskning på det norske vikingmiljøet. Derfor har jeg sett på forskning på levende historie i en skandinavisk sammenheng.

Middelaldermarkedene ligner vikingmarkedene i arrangementsform og uttrykk.

Kulturforskeren Lotten Gustafsson skriver i sin avhandling «Den fortröllade zonen» (2002) om Visby Middelalderfestival som er et arrangement som blant annet består av et middelaldermarked og et historisk spel som foregår årlig i Visby på Gotland. Gustafsson går grundig igjennom festivalens historie og viser gjennom flere vekslende perspektiver hvordan arrangementet og det tilhørende miljøet har utviklet seg på Gotland fra 1984 frem til 2001. Hun benytter Anthony Giddens modernitetsteorier hvor autentisitet forstås som en opplevelse av «ekthet», i den forstand at det å delta på markedet oppleves som en reise inn i fortiden, denne opplevelsen kaller hun en «fortrollet sone». Gotlands middelalder ruiner gir en visuell scene til markedet, og en forankrende motvekt til anakronismene i de moderne bygningene og gatemiljøene som også finnes i byen. Plasseringen av historiske markeder i nærheten av historiske områder er et fenomen som også går igjen hos de norske vikingmarkedene.

Gustafsson viser hvordan plasseringen av markedet i middelalderbyen Visby bidrar til lokal identitetsbygging. Produktene som blir solgt på markedet er gjerne de samme som ellers blir formidlet som Gotlandsk håndverk, eller Gotlandsk mattradisjon. Markedet fungerer dermed som en arena hvor meningssammenhenger knyttes mellom den samtidige lokale tradisjonene og middelalderen. De lokale tradisjonene uttrykker en kollektiv identitet, i dette tilfellet «Gotlandskhet». Lokale identitetsmarkører som for eksempel «Gotlandsdrikken» blir knyttet sammen med fortiden som et uttrykk for motstand mot det moderne, for eksempel utviklingen av Visby som ferieby. De håndlagde produktene selges og produseres som en motsetning til moderne «turistfeller» som selger masseprodusert krimskrams uten historisk eller lokal tilknytning. Tradisjon kan med andre ord representere en fysisk og mental forbindelse til fortiden gjennom handling, produksjon og forbruk. Dette synet på tradisjon

samsvarer med det jeg finner i min egen undersøkelse, noe jeg skal komme tilbake til i kapittel fem.

Det lokale museet er ansvarlig for middelaldermarkedet i Visby, selv om bodene hovedsakelig er satt opp av frivillige deltakere som har middelalderen som hobby. Dette fører til at det oppstår spenninger mellom forventningene av autentisitet man tilegner et museum og deltagerens lek med anakronismer og ulike deltagerroller.

Noen av deltagerne tar på seg roller fra middelalder samfunnet som for eksempel borgermester, handelsmann eller gjøgler. *Men det som spilles ut er like mye en kommentar til samtidige hendelser som en iscenesettelse av fortiden.* Denne leken med virkeligheten er sentral i Gustafssons avhandling, hvor hun ser på iscenesettelser av fortiden som et viktig element i det å drive med formidling av levende historie. Begrepet iscenesettelse benyttes av Gustafsson i vid forstand. Deltagerne på markedet i Visby forsøker ikke å gjenskape middelalderen slik den var, men velger ut estetiske elementer som håndverk, klær eller musikk. Rollene som spilles ut må være gjennomførbare innenfor rammene av en moderne festival. Enkelte aspekter av middelalderen blir romantisert, for eksempel de naturlige materialene som ble benyttet til å lage klær og håndverk, den stedbundne identiteten, eller nærheten til naturen. Den fortiden som fremstilles på middelalder markedet forstår hun derfor som en idealisert fortid som blir benyttet til å ta opp samfunnsrelevante spørsmål omkring blant annet miljøvennlighet og turisme. Gustafsson konkluderer med at det som tiltrekker voksne mennesker til å iscenesette fortiden på markeder er muligheten til å velge elementer av fortiden, der man kan gå inn og ut av leken med identitet og fortid i omgivelser som likevel er forutsigbare, og har trygge rammer. Man slutter ikke å være et moderne menneske på en middelalderfestival, men kan velge å ta på seg en rolle som skaper en følt forbindelse mellom fortid og nåtid.

Gustafsson observerer hos folkene som deltar på markedet i Visby en kobling mellom samtidige idealer og samfunnsspørsmål, hvor fortiden fungerer som en kollektiv identitet. Dette er et interessant perspektiv jeg vil ta med meg i den videre analysen.

Anna Liljekonvall Økstra undersøker et svensk vikingmarked som arrangeres av et historisk museum i sin masteroppgave i antropologi: «Paradoxes of a modern viking: a study of living history» (2016). Økstra undersøker hvordan museet og deltakere i vikingmarkedet forminsker avstanden mellom fortid og nåtid ved å ta i bruk fortiden i det moderne livet, og hvilke elementer museet og deltakerne benytter for å skape en *autentisk opplevelse* av fortiden. Økstra setter «viking-reenactment» i sammenheng med det amerikanske miljøet rundt iscenesettelser av den amerikanske borgerkrigen (Økstra 2016:24). Begrepet «reenactment» har sin opprinnelse i dette miljøet og har derfra spredt seg til Europa, hvor det benyttes av deltagere på både middelalder- og vikingmarkeder. Økstra benytter begrepet

til å beskrive aktiviteten som foregår blant deltagerne på vikingmarkeder, men skiller det fra levende historiefremføring som hun hevder har et høyere krav til historisk riktighet, og bedre beskriver museets virke. Viking re-enactment kan ikke være levende historie, hevder hun, fordi det er umulig å gjenskape fortiden (ibid: 33). Det samme argumentet vil dog gjelde for museer. Derfor vil jeg heller benytte begrepet *levende historie* i sammenheng med det som foregår når frivillige eller ansatte ved ulike arrangementer iklær seg vikingdrakter og gjennomfører aktiviteter for å formidle vikingtid, uavhengig av om aktørene er profesjonelle eller amatører.

Økstra deler re-enactment miljøet inn i fire grupper basert på interesser omkring blankvåpen, håndverk, sosialisering og religion. Hun forstår disse interessene som hovedgrunnene til at mennesker blir re-enactere. Disse kategoriene er noe problematiske, da hun ikke skiller mellom deltagere på vikingmarked og det større nettverket denne interessegruppen inngår i. Som Økstra selv viser er det vanlig at folk legger verdiforskjeller mellom det å delta på vikingmarked, og det å delta i for eksempel religiøs praksis (ibid: 32). Selv der markeder iscenesetter innvielsesritualer og seremonier inspirert av norrøn mytologi, er ikke hensikten nødvendigvis å praktisere religion. Det er heller et uttrykk for vikingmarkedenes ønske om å gjenskape en helhetlig opplevelse av det fortidige samfunnet.

Økstra fremhever håndverket som den sentrale interessen som leder folk til å bli deltagere på marked (ibid:29), noe som bekreftes i mine observasjoner. Hun hevder at vikingmarkeder viser omtrent alle håndverk som var sentrale i vikingtiden, men lister likevel bare opp eksempler på foredlingsprosesser og kunsthåndverk som veving, farging av garn, smiing av nagler og smykker⁵(ibid). Dermed viser hun at det også innenfor håndverk foregår et utvalg av estetiske praksiser fra fortiden, slik Gustafsson også finner som generelt fenomen ved iscenesettelse av fortiden. Økstra påpeker videre at håndverket er en viktig del av å skape det sosiale miljøet på vikingmarkeder ved at deltakerne bytter eller selger gjenstander seg imellom(ibid:30), men trekker likevel ikke koblingen mellom hvilke håndverk som praktiseres og hva som blir etterspurt av moderne vikinger. Det er derfor rom til å kikke nærmere på de sosiale og kulturelle forholdene som oppstår omkring håndverket spesifikt.

I likhet med Gustafsson finner Økstra opplevelsen av «tidsreisen» som sentral i historisk fremføring. Hun viser hvordan markedets reglement skaper grenser mellom opplevelsen av «vikingtid» og nåtid. I åpningstiden skal for eksempel alt av moderne utstyr pakkes vekk eller skjules. Dette er også en allmen praksis på de vikingmarkedene jeg har undersøkt. Museet som arrangør er dermed en del av å etablere normer som videreføres mellom deltagerne. Hun finner også at elementer av fortiden *romantiseres* og *idealiseres* for å kunne trekkes

5

frem som *verdier* som er med på å etablere en *moderne identitet*. Informantene i Økstras undersøkelse fokuserer på estetikk, familieverdier, håndverk og idealer om et likeverdig samfunn. Markedet fungerer for dem som en arena for å uttrykke disse verdiene gjennom å skape sosiale bånd og utveksle kunnskap. Mange av disse elementene har vi sett også i Gustafssons forskning, man kan dermed ane en utvikling hvor miljøet rundt levende historieformidling også er i ferd med å etablere seg som en kulturell gruppe som utvikler moderne identiteter knyttet til vikingtiden.

I artikkelen «European Viking Themed Festivals: An Expression of Identity» (2006) skriver professor i turismeutvikling Kevin Hannam og konsulent Kris Halewood om et lengre forskningsprosjekt på europeiske vikingmarkeder og –festivaler som ble gjennomført mellom 1999 og 2005. Gjennom observasjon på seks arrangementer i flere land, deriblant Norge, og over tretti kvalitative intervjuer har de gjennomført en grundig undersøkelse omkring hvordan denne typen arrangementer arter seg i forhold til identitet og kulturarv. Hannam og Halewood benytter begrepet «heritage identity» for å beskrive vikingfestivalenes kulturelle verdi for deltagere og besøkende. Begrepet kan forstås som identitet forankret i kulturarv, i dette tilfellet vikingtiden. På norsk er det ikke vanlig å omtale vikingtiden i seg selv som kulturarv. Fysiske lokaliteter som Borrehaugene, gjenstander som vikingskipene, eller tekster som Snorres Kongesagaer representerer i Norge den norrøne kulturarven. Når Stortinget ratifiserte UNESCOs konvensjon om bevaring av immateriell kulturarv, ble Håndverksregisteret gjort til samarbeidspartner med UNESCO. Dette viser hvordan kulturarven her fortsatt blir indirekte forstått til å omhandle materielle gjenstander via kunnskapen om å lage dem. På den andre siden blir også eldre folkelige former for dans og musikk oppfattet som kulturarv, men disse har også en materiell side i form av hardingfeler, bunader og noter. Folkelige begrep som 'bunadspolitiet', og 'koftepolitiet' viser hvordan den autentiske materielle kulturen er fremtredende i Norge. Kulturarv i et norsk perspektiv er derfor knyttet til kunnskapen om hvordan å produsere tradisjonell materiell kultur 'rett', eller autentisk. Det immaterielle aspektet av vikingtiden kan derfor synes utilgjengelig. Hannam & Halewood argumenterer likevel for at vikingfestivalenes deltagere konstruerer og idealiserer fortiden som en autentisk livsstil og identitet (Hannam&Halewood2006:18), gjennom kollektivt forbruk, autentisitet, sosialisering og regulering (ibid:24). Kollektivt forbruk blir her forstått også som den utvekslingen av håndverk som foregår på vikingmarkeder. Forfatterne deler inn deltagerrollene på vikingfestivaler i tre hovedkategorier: håndverkere, krigere og handelsfolk. Denne inndelingen gir mening når man sammenligner deltakerne i festivaler av lignende type i ulike land. Som forfatterne påpeker er det dog sentrale forskjeller i den angloamerikanske representasjonen av vikingen i forhold til den skandinaviske (ibid:18). Norge har et etablert miljø for vikingkrigere med arrangementer hvor kampkunster som

'hærkamp', 'eastern style', eller HEMA⁶ blir utøvet⁷. Likevel er det mindre fokus på 'vikingkrigeren' i det Skandinaviske vikingmiljøet, enn hva man finner i andre deler av verden. Denne tredelingen av deltagerroller virker dog forenklet. Det er ingen kategori for artister som gjøglere, skuespillere og eventyrfortellere, som også reiser mellom disse markedene. Inndelingen gir heller ikke rom for å sammenligne de ulike gradene av deltakelse som vil finnes innenfor dette miljøet, for eksempel der arrangørene ikke selv driver med vikingreenactment utover det arrangementet de selv er ansvarlig for.

Som Hannam & Halewood har funnet er vikingfestivaler og markeder internasjonale fenomener, selv om brorparten av festivalene blir arrangert i Skandinavia (ibid:22). Deltagere og arrangører kommuniserer globalt via internett og sosiale medier (ibid:18). Deltakerne på en lokal festival kan derfor ha mange ulike nasjonaliteter. Vikingtids-interesserte deltar i et globalt nettverk av som utveksler erfaringer, materielle gjenstander, normer og verdier. Man kan forstå dette som at det finnes et internasjonalt vikingmiljø som utveksler ulike historiesyn og praksiser knyttet til levende historie.

Likevel er identiteten som «viking» bare en fasett av de ulike identitetene et moderne menneske kan bevege seg gjennom i løpet av en dag (ibid:23-25). Forfatterne konkluderer derfor med at det sosiale miljøet som omkranser vikingfestivalene har elementer av det samfunnsviterne Melucci og Maffesoli har kalt henholdsvis 'New social movements', og 'neo-tribes' (ibid). Jeg vil argumentere for at det likevel finnes svært ulike nivåer av dedikasjon til vikingtiden som livsstil eller identitetsgrunnlag innenfor dette miljøet. Der Hannam & Halewoods funn er interessante for å forstå hvordan vikingmiljøet fungerer som et internasjonalt nettverk, er deres teorier mangelfulle for å forstå håndverkets rolle i vikingmiljøet som noe annet enn materielle gjenstander som utveksles i kollektivt forbruk.

Som vi har sett er håndverkets rolle i å skape meningsfulle sammenhenger mellom fortid og nåtid et lite utforsket felt. Smedene kan dog forstås i tråd med Eikehaug som aktører som skaper læringsarenaer. Vikingmarkedene må dermed forstås som kulturelle arenaer som har ulike funksjoner for ulike aktører. Om smedene skaper læringsarenaer for håndverk, skaper arrangørene formidlingsarenaer. Begge gruppene er dog med på å formidle levende historie. Derfor må det være en felles meningsstruktur blant de ulike aktørene på vikingmarked.

For å sammenligne hvordan de ulike aktørene på vikingmarkeder benytter håndverket som grunnlag for menings sammenhenger, vil jeg derfor benytte kulturviteren Peter Aronssons begrepssett: «Historiekultur», «historiebruk» og «historiesyn». Aronsson definerer historiekulturen som:

⁶ Historical European Martial Arts

⁷ Se f.eks www.frieduellister.no

«De källor, artefakter, ritualer, sedvänjor och påståenden med referenser till det förflutna som erbjuder påtagliga möjligheter att binda samman relationen mellan datid, nutid och framtid (Aronsson2004:17). «

Historiekulturen er dermed hele tiden formet av det samfunnet den beskriver, slik at man må snakke om forskjellige historiekulturer mellom for eksempel nåtiden og middelalderen. Historiebruk kan forstås som et utvalg fra historiekulturen som iverksettes i praksis. Dermed er tradisjoner som håndverkspraksis en form for historiebruk. Historiesyn er og et utvalg fra historiekulturen, som beskriver de perspektivene ulike aktører kan ha på det som relaterer til historie. Historiesyn er dermed det som gjør et monument til kulturarv.

I Norge finnes det en historiekultur hvor profesjonelle aktører som museum har bidratt til at *kulturell praksis* blir forstått som bevaringsverdig. Kunnskapen om hvordan man utfører håndverk blir forstått som en del av den immaterielle kulturarven, og blir dermed satt i sammenheng med identitet og kulturelt mangfold. I Olsens forskning på moderne smiing ser vi også at håndverket smiing knyttes til et historiesyn hvor vikingtiden representerer en opprinnelsesfortelling for smedhåndverket som tradisjon. Tradisjon kan forstås på ulike måter, som diakron kulturell arv overført via generasjoner, eller som synkront konstruerte sammenhenger mellom fortid og nåtid. Tradisjon som begrep kan altså forstås diskursivt som systemer for meningsskaping, eller naturalistisk, som en iboende egenskap ved konkrete gjenstander eller handlinger (Selberg og Eriksen2006:256). Det er det diskursive tradisjonsbegrepet som er relevant i denne sammenhengen.

Sosiologen Stenøien og pedagogen Laginder har i Artikkelen «Praktisk-estetisk læringsinteresse –en motkulturell verdi?» undersøkt frivillig engasjement fra en kulturpolitisk synsvinkel. Laginder og Stenøien viser at det i Norge vært et bevisst politisk valg å vektlegge sammenhengene mellom håndverk, lokal deltagelse og identitet. Artikkelen baserer seg på et svensk-norsk samarbeidsprosjekt hvor intervjuer av aktører innen husflid, dans og bygningshåndverk ble samlet inn og publisert i antologien «Liv og Lære» av Trine Thommessen (2009). Et interessant funn fra denne forskningen er at den frivillige deltagelsen i praktisk-estetisk læring også innebærer å skape arenaer for læring.

«Informantene overskrider vanlige oppfatninger av hvor og når en lærer. De pendler mellom ulike former for læring i et større landskap som byr på muligheter for initiativ og improvisasjon. De skaper læringsarenaer der de får mulighet til det og de avvikler dem igjen når de er ferdige med dem (Laginder & Stenøien 2009).»

Laginder og Stenøien benytter begrepet læringslandskap for å beskrive de ulike måtene informantene tilegner seg kunnskap om sine interesser. Læringen er ikke isolert i

kontrollerbare settinger men foregår «i samhandling med andre aspekter av menneskers liv». Forfatterne oppfatter dette engasjementet som paradoksalt i en moderne verden, og hevder med henvisning til den amerikanske sosiologen Richard Sennet (2006) at den moderne verdens fokus på konsum og rask innlæring av nye ting, står i motsetning til det å bruke tid på å lære seg et håndverk fra grunnen av (ibid). De hevder videre at det at man selv må ta initiativ til å søke denne typen kunnskap viser at den anses som unyttig i et samfunnsperspektiv (ibid). Laginder og Stenøien undersøker derfor hvorvidt interessen for praktisk-estetisk læring i et kulturpolitisk perspektiv kan forstås som motkultur. Ved å dele læringens verdi inn i merverdi som tillegges aktiviteten av deltakeren, og metaverdi som tillegges utenfra,

I Kulturutredningen 2014 (NOU 2013:4), omtales frivillige organisasjoner som forvaltere av kulturarv, selv om denne forvaltningen forbindes med fritid og hobby. Den politiske forvaltningen av praktisk-estetisk læring deles dog mellom kulturdepartementet og Miljødepartementet som forvalter både materiell og immateriell kulturarv (ibid). Det er med andre ord en politisk sammenheng mellom håndverk, fritid, kulturarv og miljø. I studiens empiri kommer det frem at både dans, husflid og håndverk kan være både fritid og yrke. Læringen av disse aktivitetene er heller ikke begrenset til fritiden, men overlapper mellom yrke og fritid

«Ofte trekkes ikke et tydelig skille mellom når utøvelsen og læringen skjer i fritiden, og når den skjer som yrkesutøver. Interessen overskrider for flere av informantene grensen mellom yrke og fritid (Laginder & Stenøien 2009)».

Dikotomiske kategorier som yrke/fritid, profesjonell/amatør eller arbeid/hobby er derfor ikke dekkende for å beskrive informantenes virkelighet. Laginder og Stenøien benytter derfor begrepet mangesyslere til å beskrive informantenes livsførsel.

«Mangesysleri i det postindustrielle samfunnet som vi lever i, er i stor grad knyttet til individuelle valg av livsstil, i kontrast til det tidligere industrisamfunnets satsing på økt lønnsarbeid (Eikeland 1999). Det har blitt legitimt å velge seg en livsstil bygd på egne ønsker og verdier, der en har en opplevelse av at en fritt kan organisere livet sitt, framfor å satse på en fast jobb. De tjener, i alle fall av og til, også penger på sin store interesse. Vi kan kalle dette en form for postindustrielt mangesysleri, der motivasjonen ser ut til å være et ønske om å få lov til å holde på med det man virkelig gjerne vil holde på med, snarere enn et ønske om å tjene (mye) penger. Interessen skaper livsstilen og den moderne mangesysleren overskrider kategoriene arbeid og fritid.»

Denne utviklingen kan også settes i sammenheng med dagens syn på industri og miljø, som er preget av frykt for en fremtidig knapphet i ressurser på grunn av overbefolkning og klimaendringer. Den moderne økonomiske tanken om evig vekst utfordres i dag av tanker

om å nedskalere privat forbruk, og fokusere på mer varige verdier enn konsum av materielle goder, som praktisk kunnskap, bevaring av naturressurser og immateriell kulturarv.

Internett løser opp den naturlige begrensningen i avstand. Man kan ha en nær tilknytning til et ruralt lokalsamfunn, men også dele identitet og interesser med mennesker på andre siden av kloden. Vikingmarkedenes internasjonale nettverk viser at det å være «viking» ikke lenger er utelukkende forbundet med å ha en norsk eller skandinavisk nasjonalitet. Denne fleksibiliteten gjør dog også identiteten usikker. Fordi den ikke er fullstendig fri, men avhengig av hva som finnes som reelle muligheter i ens omkrets, være det seg det fysiske området man befinner seg i, eller det digitale nettverket man deltar i, er identiteten sårbar ovenfor samfunnsendringer. Man kan få følelsen av å «miste» identitet når de kulturelle arenaene endrer seg. Giddens benytter derfor begrepet autentisitet som beskrivelse på moderne menneskers søken etter det 'ekte', den ekte identiteten eller den ekte opplevelsen, som en motvekt til den moderne verdens forgjengelighet og 'bruk og kast' mentalitet.

4 Vikingmarkeder som kulturell arena

Innledning

Historiske markeder er et kulturelt fenomen som eksisterer i hele Skandinavia og store deler av verden. Fenomenet Markeder og festivaler er midlertidige arrangementer hvor mennesker som deler interessen for vikingtid møtes for å utøve levende historie. Internett og sosiale medier har i de siste ti årene ført til at denne interessen kan deles mellom mennesker også utenom de konkrete arrangementene.

Denne undersøkelsen handler om det norske vikingmiljøet og hvordan deltakere i dette miljøet benytter håndverk til å skape meningsfulle forbindelser mellom fortid og nåtid. For å forstå håndverkets plass i vikingmiljøet må man forstå hvem deltagerne i dette miljøet er, og hva deltakelse på vikingmarkeder innebærer. Det å delta på et vikingmarked kan være både hobby og yrke, men disse områdene er ikke tydelig avgrenset. Man kan derfor snakke om fremveksten av en viking-livsstil, hvor deltagerne i dette miljøet setter stadig nye aspekter av livet settes i sammenheng med interessen for vikingtid. Det å delta på vikingmarkeder er en sosial aktivitet. Det å skape nye identiteter, fritatt fra den sosiale statusen man ellers har i livet er et sentralt fenomen innad i vikingmiljøet, men den sosiale interaksjonen som foregår her står i motsetning til samfunnsutviklingen ellers, hvor mer og mer av det sosiale livet foregår via skjermer og sosiale media. På vikingmarkeder møtes folk ansikt til ansikt for å utføre aktiviteter man ellers forbinder med tradisjonssamfunnet. Felles matlaging, samarbeid om store og små håndverksprosjekter, lek og musikalsk utfoldelse skjer på dagtid. På kveldene samles deltagerne rundt leirbål, hvor fortellinger, sanger og erfaringer utveksles. Likevel vil jeg argumentere for at håndverket er den aktiviteten som i særlig grad knytter alt sammen. I dette kapittelet vil jeg tegne et bilde av det norske vikingmiljøets fremvekst som viser hvordan håndverket siden arrangementen av det første vikingmarkedet i Norge har blitt en sentral del av formidlingen av levende historie i dette miljøet.

Det arrangeres årlig mer enn 50 vikingmarkeder og festivaler i Europa (Hannam & Halewood 2006). Disse har ulik størrelse og varighet men består gjennomsnittlig av omkring 200 internasjonale deltagere og har omkring 3000 daglige besøkende (ibid). Arrangementene har noe ulik form i ulike land, men i Norge er de hovedsakelig markeder hvor mennesker som har en levende interesse for vikingtiden samles for å formidle vikingtidens kultur og historie på ulike måter. De fleste arrangementene har også forbindelse til museum, arkeologiske funnsteder eller andre sentre for kulturarv (ibid). Vikingmarkeder søker å skape en historisk stemning, en følelse av å «gå inn i historien» ved å benytte levende historiefornidling som innebærer at deltagerne har på seg klær og benytter utstyr som er «historisk korrekt». Man

kan la seg forføre av vikingmarkedenes atmosfære, satt som de ofte er i dramatiske landskap, mer eller mindre skjermet fra moderne bebyggelse (ibid). Men undersøker man nærmere finner man en levende diskusjon om autentisitet, historiefornidling og håndverksteknikker. Løfter man på linduken kan man finne moderne hjelpemidler som vannpumper, elektriske uttak og flasker med antibakteriell såpe. På vrangsidene av ullserken er stingene sydd med maskin. Disse anakronismene hvor moderne hjelpemidler dukker opp blant rekonstruksjoner av funn fra vikingtiden, kan være utfordrende for markedsarrangører som søker å oppnå legitimitet som kulturelle arenaer for historisk formidling, men er også elementer som forteller om moderne menneskers levde liv som deltakere i en levende kulturell arena. Et første innblikk i denne arenaen kan foretas ved å greie ut de forskjellige begrepene som benyttes internt for å beskrive aktiviteten på vikingmarkeder.

4.1.1 Begreper

Fordi vikingmarkeder er både lokale og internasjonale fenomener, kan begrepsbruken virke forvirrende. «Viking», «vikingmiljøet», «re-enactment» og «viking re-enactment» brukes om hverandre for å beskrive deltagelse i levende historiefornidling. Begrepene er alle problematiske fordi de fremkaller ulike assosiasjoner avhengig av hvilke språk de benyttes i. I vikingmiljøet finner man derfor en stadig diskusjon om hvilke ord som best beskriver fornidling av vikingtidens materielle kultur som aktivitet.

4.1.2 «Vikingmarked»



Teltleir på Nordisk vikingmarked. Foto: J. Felizia Sara Skree 2018

De tre arrangementene denne undersøkelsen er gjennomført på markedsfører seg både som «vikingmarked» og «vikingfestival». Likevel er det ingen tydelige forskjeller mellom arrangementene. Arrangementene tiltrekker seg deltagere fra samme miljø, som gjennomfører de samme aktivitetene på alle tre arrangementene. Programmene over publikumsrettede aktiviteter er også nesten identiske. Så hva er forskjellen på et vikingmarked og en vikingfestival?

Markeder og festivaler er i utgangspunktet arrangementsformer med lignende funksjoner. Markeder har en lang historie, da de har vært viktige for handel og sosialisering i førmoderne samfunn (Getz 2009:31, Niemi 2009:6). Flere markeder som arrangeres i dag har lange tradisjoner som lokale arrangementer hvor håndlagde eller lokalt produserte varer selges (Niemi 2009:5,6). Eksempel på slike arrangementer i Norge er de mange julemarkedene og håndverksmarkedene som arrangeres årlig. Et av de sentrale elementene ved markeder er med andre ord kollektivt forbruk i form av utvekslingen av varer mellom kjøpere og selgere (ibid). Der historiske markeder hadde en økonomisk funksjon som gjorde de til uunnværlige arrangementer, har nåtidens markeder mistet denne funksjonen fordi varer er lett tilgjengelige på lokale butikker og kjøpesentre (ibid). Samfunnets forbruksvaner har også endret seg fra å være kollektive til å bli individuelle (ibid); man kjøper stort sett varer til seg selv heller enn større grupper. Markedene har derimot beholdt sin tradisjonelle sosiale funksjon som arenaer for sosialisering og adspredelse (ibid:6).

Kollektivt forbruk fremheves også i forskning på vikingfestivaler som et sentralt element (Hannam&Halewood 2008). I Hannam og Halewoods forskning inngår både arrangementer som markedsfører seg som vikingmarkeder og vikingfestivaler (ibid).

Festivaler kan defineres som gjentagende offentlige feiringer med et tema (Getz 2009:31). Denne definisjonen er dog problematisk for å forstå musikkfestivaler, kunsthøst eller andre tematiske arrangementer hvor det ikke er tydelig hva som feires (ibid:32). Om man ser på eksempelet Lofotr vikingfestival, finnes det heller ikke her noen tydelig feiring. Hannam og Halewood bruker i sin forskning «vikingfestival» som et begrep på større arrangementer som også kan *inneholde* vikingmarkeder (Hanna&Halewood 2008). Denne formen for inndeling viser også til forskjeller mellom de norske arrangementene som gjerne er plassert i utkantstrøk, og de internasjonale arrangementene som gjerne er lagt til større byer (ibid). I de større byene er ofte festlighetene og arrangementene lagt til flere lokaliteter. I utvalget representert i denne undersøkelsen, er vikingmarkedene ikke del av større arrangementer, men har i seg selv trekk fra festivaler, blant annet ved at det finnes ulike former for underholdning, slik som musikkinnslag, skuespill og kampshow (Getz 2009:31).

Lofotr Vikingfestival markedsføres som festival. Vegard som var ansvarlig for arrangementet i 2018, forklarte hvordan Lofotr Vikingmuseum har en bevisst markedsføringsstrategi hvor

formålet er å endre fokus fra markedsboder til ulike former for underholdning (IntervjuVegard 2018). Fokuset på underholdning skal igjen tiltrekke seg flere besøkende fra nærområdet og dermed utvide museets sesong (ibid).

Nordisk vikingmarked og Gudvangen vikingmarked har også programmer med tilsvarende underholdning som Lofotr vikingfestival. I 2018 var dette forestillinger med blankvåpen, musikkinnslag og eventyrfortellinger rettet mot barn. Dermed *opp/lev*es ikke Lofotr vikingfestival som forskjellig fra de øvrige vikingmarkedene, selv om arrangørene benytter forskjellige begreper i markedsføringen. Deltakere på Lofotr vikingfestival omtaler også arrangementet som et vikingmarked (ibid). Som vi ser er «festival» og «marked» overlappende begreper. Jeg vil derfor for enkelhets skyld benytte begrepet «vikingmarkeder» som felles betegnelse på alle de tre arrangementene i undersøkelsen.

4.1.3 «Re-enactment»

En «re-enacter» er en person som driver med formidling av levende historie. Begrepet er hentet fra engelske og amerikanske miljøer som iscenesetter eller gjenspiller historiske hendelser, slik som slagene under den amerikanske borgerkrigen. Amerikanske re-enactere har gjerne innøvde replikker og roller de må forholde seg til under arrangementene (McCalman&Pickering 2010: 1-18). De øver på å være en spesifikk historisk karakter, gjerne ved hjelp av historisk materiale som brev, dagbøker fotografier etc. (ibid). Re-enactment skiller seg fra skuespill, ved at det ikke finnes noen begrensede «scener». Formålet med re-enactment er ikke hovedsakelig å underholde et publikum, men å leve seg inn i, og utforske historien i detalj. Re-enactere gjenspiller historiske personer slik de kunne tenkes å ha levd livet sitt i løpet av en dag hvor kjente historiske hendelser fant sted. Litt av tiltrekningen til denne typen re-enactment ligger i å leve seg inn i denne historiske karakteren, som kan være en kjent person, eller til og med et familiemedlem.

Selv om det finnes likheter mellom historisk re-enactment og formidling av vikingtid som levende historie, er det likevel ikke det samme. Deltagerne på vikingmarked iscenesetter ikke historiske hendelser slik som slaget på Stiklestad, eller raidet av Lindisfarne. Man har heller ikke samme mengde historisk materiale bevart fra vikingtiden som historiske epoker nærmere vår tid. Derfor er det umulig å gjenspille en enkeltperson fra vikingtiden. Begrepet «viking re-enactment» har likevel blitt det internasjonale begrepet for å beskrive levende historisk formidling av vikingtid som fritidssysse.

4.1.4 «Vikingmiljøet»

Det sosiale miljøet som dannes omkring vikingmarkedene omtales av deltagerne som «vikingmiljøet». Internt benyttes dette begrepet til å beskrive de som har viking re-enactment som hobby. Det er likevel ikke noe klart skille i begrepsbruken mellom deltagere som er med

i for eksempel vikinglag, og de som befinner seg på vikingmarkeder i forbindelse med sitt yrke. Generelt kan alle som har på seg vikingklær bli omtalt som en del av vikingmiljøet. «Vikingmiljøet» kan med andre ord forstås i utvidet betydning som hele det internasjonale nettverket av vikinginteresserte individer, frivillige organisasjoner og profesjonelle aktører. I konteksten av denne undersøkelsen benytter jeg denne utvidede definisjonen av vikingmiljøet for å synliggjøre arrangører og besøkende på vikingmarkeder som likeverdige aktører med deltakerne. Med «Det norske vikingmiljøet» mener jeg de aktørene som samhandler på norske vikingmarkeder og deltar i de relaterte sosiale nettverkene på internett, uavhengig av hvilken nasjonalitet de tilhører.

4.1.5 «Viking»

«Viking» er i norsk dagligtale forstått som en person som levde i Skandinavia i vikingtiden. Den historiske perioden har fått sitt navn av engelske historikere, og beskriver pirater som plyndret den engelske kysten i perioden mellom ca. år 750 til år 1000 e.Kr. «Viking» kan derfor også forstås som et verb, noe mennesker fra vikingtiden gjorde når de «reiste ut i viking». Forståelig nok er fremstillingen av vikinger i angloamerikansk populærkultur som blodtørstige pirater fra et barbarisk og krigersk folk, som i middelalderen ble kultivert av kirkelig opplysning og sivilisasjon (Hamman&Halewood2006:18). Vikingen er fra det engelske perspektivet en fremmed, en kulturell annen, som representerer motsetningen til sivilisasjonen og symboliserer uroen som preget Europa i overgangen fra jernalder til middelalder.

I den norske historiekulturen er vikingtiden derimot en del av den nasjonale opprinnelsesfortellingen. Skolefaget historie formidler fortellingen om hvordan Norge først ble samlet til ett rike av vikingkongen Harald Hårfagre. Kongesagaene, den norrøne mytologien og diktningen blir også fremhevet i skolefagene som tegn på en rik kultur som la grunnlaget for både det norske språket og den norske kulturelle særegenheten. Om man ser på hobbyen slektsforskning, ser man og at det fortsatt er populært å spore sine forfedre tilbake til høvdingene fra vikingtiden. Man kan derfor tenke seg at «viking» også trekker frem tanker om opprinnelse, tradisjon og slekt. I Norge er «vikingerne» våre stamfedre, heller enn invaderende fremmede. Begrepet «viking» trekker derfor frem mer positive assosiasjoner i det norske språket, enn det engelske.

Begrepsbruken i vikingmiljøet viser hvordan ordene «viking» og «vikingmiljø» beskriver en positiv identifisering med vikingtiden, noe som gir mening når man tar i mente den symbolske tilknytningen Norge har til vikingtiden. Det er dog ikke bare norske vikinger man møter på vikingmarkeder i Norge. Deltagere fra andre land omtales også som «vikinger», selv når de ønsker å definere seg selv med andre kulturelle tilknytninger. I løpet av undersøkelsen møtte

jeg for eksempel flere latviske deltagere som helst ville bli omtalt som «slavic» heller enn «viking». I min erfaring har det også i løpet av de siste par årene blitt stilt spørsmål om samisk synlighet på vikingmarkeder. Vikinglag har etablert seg i Troms og Finnmark, noe som gjør at samisk synlighet blir et relevant spørsmål for formidlingen av den lokale historien. Men denne utviklingen har nok også sammenheng med at internasjonale deltakerne utfordrer det norske vikingmiljøet i bruken av ordet «viking». I diskusjonene rundt begrepsbruk aner man at det finnes et spenningsfelt mellom deltakere av ulike etniske og nasjonale identiteter.

På norske vikingmarkeder brukes «viking» som et selvbeskrivende begrep blant mennesker som har levende historie som hobby eller livsstil. Begrepet kan også referere til en opplevelse av identitet. Noen av deltagerne beskriver det som at de «er» vikinger hele tiden, ikke bare under vikingmarkedene. Andre opplever det som at det å være viking er noe de legger fra seg når de tar av seg kjortelen og trer på seg dongeribuksene igjen. Identitet i vikingmiljøet er et komplekst fenomen som jeg skal komme tilbake til kapittel 4.3.4.

Videre i teksten vil jeg benytte viking og vikinger uten klammer for å beskrive deltakere i formidling av vikingtid som levende historie. For å unngå forvirring mellom nåtidens vikinger og menneskene som levde i Norge på 1000-tallet, vil jeg omtale sistnevnte som norrøne folk.

4.2 Vikingtiden i den norske historiekulturen

«Det var jo storhetstiden vår. [...] det var da vi «rula», for å si det sånn (IntervjuFrode2018)»

Historiekulturen er de historiske hendelsene og epokenes resepsjon innenfor et samfunn. Både publisert forskning, materielle gjenstander, ideer, språklige vendinger og populærkulturelle fremstillinger inngår i historiekulturen. Siden 1970-tallet har stadig flere populærkulturelle fremstillinger hatt nettopp historie som tema (Hannam&Halewood 2006), interessen for historie og kulturarv er etter hvert så utbredt at den har blitt omtalt som en form for nyreligiøsitet (Selberg 2002:9). Kanskje viser dette at fortiden kan gi en økt følelse av stabilitet i en stadig skiftende moderne verden. Historien forankrer oss i en opprinnelse og en opplevelse av å «komme fra» et sted. Men det å fortelle historie kan også utfordre tradisjonelle oppfatninger og kulturelle stereotyper.

I løpet av 1980-tallet ble det for eksempel vanlig å skrive om minoritetshistorie. Amerikanske urinnvånere og afroamerikanere trådte frem for å fortelle sin historie, slik ble også verdenshistorien forandret. Her i Norge var det samene og kvenenes historie som måtte løftes frem fra skyggen av den nasjonale fortellingen (Hansen og Olsen 2014:10-14). Det å fortelle sin historie er en måte å uttrykke identitet på, men også en måte å delta i det internasjonale samfunnet på. Ved å ha en historie, gjør man seg også synlig.

Arrangementsformer som historiske spel, levende rollespill, middelaldermarkeder og vikingmarkeder har i løpet av 1980 og 1990-tallet spredt seg både i Skandinavia og andre deler av verden (Hannam&Halewood 2006). På norske vikingmarkeder formidles også en form for minoritetshistorie, i form av vanlige menneskers daglige liv. Historien om vikingtiden er ellers preget av episke sagnhelter, kongesagaer og norrøne guders dramatiske eskapader. Det å være viking på marked innebærer derimot å interessere seg for historiens hverdagsliv. Det å menneskeliggjøre fortellingen om de norrøne folkene kan og forstås som en måte å ta tilbake sin egen fortelling på. Men hvem er det den trenger å tas tilbake fra? Jeg skal i dette kapittelet gå inn i to aspekter av vikingtiden i den norske historiekulturen. Vikingtiden slik den er fremstilt i populærkulturen, og vikingtiden slik den inngår i den norske opprinnelsesfortellingen. Disse to aspektene ved den norske kulturen vil være sentrale for å forstå spenningsfeltene som oppstår mellom det norske og det internasjonale vikingmiljøet.

4.2.1 Vikingtiden som opprinnelsesfortelling

I Norge har vikingtiden en sentral rolle i den nasjonale opprinnelsesfortellingen. Norske barn lærer i grunnskolen at Norge ble samlet til ett rike av vikingkongen Harald Hårfagre. Vikingtiden er den mytiske «starten» på Norge som ett rike, selv om landet ikke fikk selvstyre før i 1814. I prosessen med å løsrive Norge fra Danmark ble middelaldertekster som omhandlet vikingtiden benyttet som legitimerende argument på nasjonens rett til selvstyre (Sørensen 1998:11-21, Eriksen&Selberg2006:120). Kunnskap om det som hendte i fortiden var altså viktig for å kunne skape endring i samtiden. Fortsatt er «Alder tids bruk» en uskreven sedvanerett som benyttes i juridiske sammenhenger for å avgjøre hvem som har rettigheter til bruk av land og eiendom (Store Norske Leksikon 2020). Prinsippet er at den som kan bevise å ha benyttet et område i lang tid, har rett til fortsatt bruk av området. Den norske historiekulturen innebærer med andre ord historiebruk hvor historisk legitimerede sedvaner har direkte påvirkning på hva som kan skje i samtiden, slik de norrøne historiske tekstene legitimerer den norske nasjonens rett til selvstendighet.

Den norske opprinnelsesfortellingen involverer dog ikke bare nasjonen som homogen stat. I Norge står regionenes særegenhet sterkt. Dette uttrykkes på mange måter i den norske kulturen, deriblant gjennom de to skriftspråkene bokmål og nynorsk og det at skolebarn lærer om lokalområdets historie. For barn fra Trondhjem vil dette innebære å lære om slaget på Stiklestad, er man derimot fra Jessheim vil man lære sagnet om Raknehaugen. Det å møte på en nordmann for første gang vil innebære spørsmålet «Hvor der du fra?» samt en

forventning om et spesifikt svar som samsvarer med ens dialekt og lynne⁸. Spørsmålet kunne like godt vært «Hvilken regional kulturkrets tilhører du?».

På 1800-tallet oppfattet man vikingtiden som kilden til språket og kulturuttrykkene som fantes i norske distrikter. Den norrøne opprinnelsen var det som ga det norske folk en særegenhet som var annerledes enn danske og svenske folk (Hodne2014:125-139). Dette hadde sammenheng med datidens syn på folkelige kulturelle uttrykk som nedarvede tradisjoner fra vikingtid og middelalder (ibid, Eriksen&Selberg2006:128). Den norske bondekulturen ble oppfattet som en kilde på lik linje med middelaldertekstene, til kunnskap om vikingtiden (ibid). Derfor ble det i tidlig norsk academia et kappløp med tiden for å bevare dette «opprinnelige» kulturmaterialet, i form av blant annet Ivar Aasens språkinnsamlinger og Asbjørnsen og Moes eventyrinnsamlinger (Se f.eks Eriksen&Amundsen 1999). Kunnskapen om vår egen historie og kulturelle opprinnelse måtte reddes fra det moderne fremskrittet, slik at det norske folket kunne opplyses om sin egen historie (ibid).

Et annet resultat av denne tenkemåten var de første folkemuseene som ble opprettet da fullstendige tun av gårdsbygninger ble flyttet for å bevare de for ettertiden (Rentzhøg 2007: 18). Folkemuseet på Bygdøy er et eksempel på en slik samling. Bevaringstanken førte også til et ønske om å gi liv til disse konstruerte gårds plassene, ved å engasjere den lokale befolkningen som frivillige aktører (ibid:20, 62). Lokale folk ble invitert til å holde tradisjonelle feiringer som Lucia, eller utføre tradisjonshåndverk på museene. Dette var en måte å bevare den «ekte» tradisjonen på. Friluftsmuseene var et faktum. I Norge bidro denne praksisen til et syn på den lokale frivillige som kulturbærer (Falk&Feldborg 2013). Frivillighet og dugnadsånd er fortsatt sterke idealer i den norske kulturen, sammen med tanken om at lokale frivillige aktører bevarer vår felles kultur og historie ved å utøve den.

«At frivillig sektor i Norden skiller seg fra resten av verden får støtte for eksempel i en komparativ undersøkelse utført ved John Hopkins universitetet i Baltimore, som viser at det er et sterkt fokus på frivillige organisasjoner og aktiviteter innenfor området kultur og fritid i Norden. I de øvrige landene var det langt færre frivillige organisasjoner som har tatt ansvar for å ta vare på, legge til rette for og utvikle lokale kulturer og tradisjoner» (Festervoll 2009).

Friluftsmuseene er i dag blant organisasjonene som arrangerer vikingmarkeder. Lofotr vikingmuseum benytter fortsatt frivillige for å gjennomføre de kulturelle aktivitetene som er knyttet til museet, deriblant under arrangementen av vikingmarkedet. Vikingtidens stilling i den norske historiekulturen som perioden hvor vår folkelige og nasjonale kultur oppsto, bidrar til at det å være viking på et marked kan utrykke både nasjonal og lokal tilhørighet. Det å utøve

⁸ Det finnes mange regionalt forankrede stereotyper om lynne. Er man nordlending banner man mye, er man sunnmøring er man gjerrig, etc.

levende historie er for norske vikinger en måte å knytte seg til sin egen opprinnelse, samtidig som man og innfrir norske idealer om frivillighet og dugnadsånd. Men det å delta på vikingmarkeder kan også være en måte å «ta tilbake» sin egen fortelling på. Med vikingtiden som opprinnelsesfortelling i bakhodet skal vi derfor se på hvordan vikingtiden blir portrettert i populærkulturen.

4.2.2 Vikingtiden i populærkulturen

Siden 1800-tallet er vikingtiden er fortsatt i vinden, vi ser den portrettert i kontemporære tv-serier, tegneserier og dataspill. Mens den vestlige populærkulturen veller over av amerikanske fremstillinger hvor norrøne guder er superhelter, sagakongene har gjengtatoveringer og drageskipenes ankomst følger skrekktropene, er det først i senere tid at vi har fått norske tilsvarende med internasjonal tilskuerkrets. Som vi har sett begrepsforklaringen av ordet «viking», er det forskjell mellom den norske og den angloamerikanske historiekulturen når det kommer til populærkulturelle fremstillinger av norrøne folk, og assosiasjonene som kobles til vikingtiden.

Den norske tv-serien «Vikingane» (2018) satte et satirisk spørsmålstegn ved de kjente populærkulturelle fremstillingene av vikingtiden. I denne humoristiske fremstillingen av landsbylivet på norskekysten, benytter karakterene moderne språk for å illustrere kulturkrasj og sosial omveltning. I en av scenene i episode to av den første sesongen, ser vi det absurde i at krigeren og fruene har venner over på middag for å diskutere poesi og kultur. Scenen spiller på stereotypene vi kjenner om krigerfigurer, samtidig som vi kjenner vikingtidens rike diktning. Denne typen illustrasjon av fortiden setter nåtidens fordommer i skarp kontrast. Opplevelsen av det absurde viser samtidig hvor flate vi oppfatter fortidsmenneskene.

Vikingkrigeren er et eksempel på en stereotyp fremstilling av en figur med Conan-aktige attributter. Krigeren klarer ikke å uttrykke seg med poetisk dybde. Krigeren føler ikke, han kjenner ingen dødsangst, heller ingen kjærlighetssorg. Han er aldri klein eller usikker. Her opplever vi likevel kleinheten når krigeren framfører sitt banale dikt om koitus. Kontrasten mellom den kleine kontemporære norske humoren, og det dramaet som vanligvis forbindes med vikingtiden, menneskeligjør de norrøne folkene. Selv om serien spiller på stereotyper, får karakterene lov til å uttrykke mer. Spørsmålet om hvem de norrøne folkene var, blir stilt på nytt, fra perspektivet til en nasjon som regner disse menneskene som sitt kulturelle opphav.

Et annet tema som går igjen i populærkulturen er tidsreisen. Denne tropen ser vi i den andre pågående norske tv-serien som omhandler vikingtiden. «Beforeigners» (2019) handler om hva som skjer når fortiden møter samtiden via tidsreiser. Historiske markeder som

tematiserer middelalder eller vikingtid kan også forstås som en form for tidsreiser⁹ ved at man forsøker å leve seg inn i en annen tid (Gustafsson 2002). Men den vikingtiden som blir formidlet på norske vikingmarkeder er svært annerledes enn den man blir vist gjennom populærkulturelle media.

TV-serier, bøker og andre mediefremstillinger av vikingtiden er mye diskutert tema på markeder. Som regel blir de populærkulturelle fremstillingene av vikingtiden benyttet som en motsetning til vikingmiljøets idealer om historisk formidling. Vegard som var arrangør av Lofotr vikingmarked kunne dog fortelle at han opplevde TV-serien «Vikings» som et positivt innslag i populærkulturen fordi den er med på å spre kunnskap om vikingtiden til en gruppe mennesker som ellers ikke ville visst noe om denne historiske perioden. Fra et musealt formidlingsperspektiv oppfattet han det som lettere å korrigere og utvide kunnskap hos noen som allerede har en grunnleggende forståelse, enn å innstille helt ny kunnskap (IntervjuVegard2018). På den måten kan man forstå det slik at populærkulturelle fremstillinger av vikingtiden indirekte fører til økt historisk kunnskap.

Historiske perioder kan oppfattes som nære eller fjerne, ettersom hvor mye kunnskap vi har om dem. «Beforeigners» er et interessant eksempel på dette da serien portretterer møtet mellom mennesker fra fire ulike tidsaldere; steinalderen, vikingtiden, 1800-tallet og nåtiden. Vikingene synes her å ligne steinaldermenneskene mer enn 1800-tallsmenneskene, selv om forskjellen i tid er henholdsvis (ca.) 2600 og 800 år. Vikingtidens mennesker blir i serien fremstilt som krigerske, skitne og fillete kledd. Man gjenkjenner de visuelt på tatoveringer og dårlige tenner. Dette portrettet av vikingtidens mennesker står i skarp kontrast til de norske vikingmarkedenes staselig kledte mennesker med sirlige sølvbrosjer og silkekantede kjoler.

Man kan med Peter Aronssons begreper si at populærkulturen og vikingmarkeder benytter ulike elementer av historiekulturen til å formidle forskjellige *historiesyn* (Aronsson2004). Formålet med formidlingen av vikingtid er også forskjellig mellom tv-serier og vikingmarkeder. TV-serier forsøker hovedsakelig å underholde et bredt publikum gjennom visuelle og audielle grep, mens vikingmarkedet forsøker å formidle autentisk kunnskap om vikingtiden gjennom å aktivere alle sansene i en helhetlig opplevelse. Man kan derfor si at *Historiebruken* er forskjellig (Aronsson2004). Historiebruk og historiesyn inngår dermed i historiekulturen som de oppfatninger og praksiser som eksisterer i et samfunn i en gitt tid.

4.3. Fremveksten av et norsk vikingmiljø

Har man vokst opp i Norge kjenner man vikingtiden som nasjonen og kulturens opprinnelse. Vikingtiden er en del av den norske identiteten, og blir referert til i mange ulike

⁹ Se videre diskusjon om iscenesettelse i kapittel 4.5

sammenhenger. Vi har både vikingmelk på boks og Viking gummistøvler. Vikingmarkeder er heller ikke den første typen arrangement som formidler vikingtidens historie i Norge. I 2002 ble det oppført ca. 300 historiske spel (Selberg 2002:10), hvor flere av dem iscenesetter hendelser fra vikingtiden, slik som det kjente spelet om Slaget på Stiklestad som settes opp årlig i Trondheim.

Det første vikingmarkedet i Norge ble arrangert i 1994 (IntervjuEgil2018). Borre vikinglag beskriver på sine nettsider denne hendelsen som vikinglagets historiske opprinnelse (Tufte& Tømmerstigen 2016). Selv om vikingmarkeder kan forstås i sammenheng med utviklingen av levende rollespillmiljøer, engelsk og amerikansk re-enactment og andre typer formidling av levende historie (Gustafsson 2002), var det i dette tilfellet arrangementet «1000 år med kristendom i Viken» som var den utløsende faktoren for at Nordisk Vikingmarked skulle bli et etablert arrangement på Borre. Det første markedet ble arrangert i samarbeid mellom Den Norske Kirke, Vestfold Fylkeskommune, Borre kommune og Vestfold Festspillene m.fl (Tufte&Tømmerstigen 2016). Lokale frivillige fra trebåtmiljøet ble kontaktet av kommunen og gitt budsjett for å lage et arrangement som skulle vise frem den historiske vikingtiden (ibid). Disse hadde kontakter på Roskilde Vikingmarked i Danmark, som ble invitert til det som skulle bli det første norske vikingmarkedet (ibid).

«Bare de beste håndverkerne ble invitert. Alle innbudte vikinger fikk bare betalt reiseutgifter. Kvalitet gikk foran, ingen t-skjorter og CD til salgs. Noen ble avvist. Markedsplassen ble merket opp. Det ble avertert etter mannskaper til markedet i Gjengangeren, med god respons fra Horten/Borre folk. Dugnader ble holdt med forklaring om hvordan dette skulle bli, men ingen hadde vært på marked før, så ingen visste hva de jobbet mot. Klær ble innleid fra et lokalt teater. Det skulle være gode vikingklær, men huff, dette var ikke bra. En del laget drakter så godt de kunne, ingen knapper og glidelåser osv. (Tufte&Tømmerstigen 2016)»

På 1990-tallet fantes det allerede et internasjonalt vikingmiljø. Deltagere fra dette miljøet ble invitert til å innvie det første vikingmarkedet i Norge (ibid). Sitatet over er hentet fra en tekst skrevet mange år etter at dette arrangementet fant sted. Vi kan se at forfatteren minnes de første forsøkene på å skape historiske plagg som lite autentiske¹⁰. Likevel gikk arrangementsgruppen som da het Borrekaupangen i overskudd (ibid). Det positive resultatet førte til at vikinglaget Borre ble stiftet i desember samme år¹¹ for å videreføre den nye tradisjonen med vikingmarked i Borreparken.

¹⁰ Se videre diskusjon om autentisitet i kapittel 4.5.1

¹¹ Borre er likevel ikke det eldste vikinglaget i Norge. Karmøy vikingklubb ble stiftet allerede i 1993 (vikingklubben.no).

For å lære mer om hvordan vikingmarkeder kunne arte seg, reiste det ferske vikinglaget til England for å lære av det internasjonale miljøet (ibid). Reisen minner om en dannelsesreise der norske vikinger fikk erfare sin egen kulturhistorie slik den ble fremstilt i utlandet. Allerede her ser vi konturene av et spenningsfelt. Hvordan opplevde de dette møtet med en annen historiekultur? Vi som ikke var der vil aldri få direkte kunnskap om disse menneskenes første møte med iscenesettelsen av sin egen fortid på utenlandske arrangementer. Men vi kan se konturene av denne opplevelsen i begrepsbruken som allerede er diskutert. «Re-enactment», det å gjenspille eller gjenfortelle fortiden passer ikke helt med det norske historiesynet, hvor vikingtiden er vår felles opprinnelse som nasjon og kultur. Kanskje sier det norske vikingmiljøets bruk av ordet «viking» noe om å redefinere en tilskrevet identitet som barbariske pirater?

Det finnes ikke noe komplett register over hvor mange vikingmarkeder som arrangeres årlig, men blant deltagerne estimerer man med at det på det meste arrangeres rundt 20 vikingmarkeder i Norge. Ettersom noen markeder, slik som Nordisk vikingmarked på Borre bare arrangeres annethvert år, må man regne med at tallet vil variere noe. Mange av dem arrangeres av frivillige organisasjoner som er opprettet nettopp for dette formålet.

Deltagere på vikingmarkeder har som oftest med sine egne telt, basert på arkeologiske funn. En av deltakerne jeg møtte på Gudvangen vikingmarked beskrev denne aktiviteten som «verdens mest kompliserte form for camping» (feltnotat 2018), med henvisning til arbeidet med å frakte med seg store mengder utstyr til avsidesliggende plasser. Osebergtelt, som er basert på funn av tilvirkede treplanker og tekstilmateriale fra Osebergskipet er den vanligste teltypen. Hvilken type telt som er tillatt kan variere mellom ulike marked. På de tre markedene jeg besøkte i undersøkelsen har jeg sett ulike tolkninger av osebergtelt, saksertelt og et par lavvoer. De mest dedikerte vikinglagene hadde sydd telt i ubleket ull, men de fleste har ferdigkjøpte telt i hvit bomull eller lin. På Gudvangen vikingmarked har det i de siste par årene også dukket opp et middelaldertelt med blå og gule striper som rommer en arabisk cafe. Dette er en populær møteplass for både vikinger og besøkende. Dette eksotiske innslaget blir akseptert fordi Njardarheimr blir fremstilt som en handelsby, og man vet at handelsfolk i norrøn tid reiste så langt som til Middelhavet.



Teltleiren på Nordisk vikingmarked på Borre. Vikingtelt er typisk hvite og laget i lin, ull eller bomull strukket over stokker av tre. De a-formede teltene kalles osebergertelt, fordi de er tolkninger av gjenstander fra Osebergfunnet. Foto: J. Felizia Sara Skree 2018

4.3.1 Vikinglagene

I denne undersøkelsen kom det frem at en av de sentrale underliggende strukturene i det norske vikingmiljøet er vikinglagene. Både arrangører, deltakere og i noen tilfeller besøkende, er ofte organisert i vikinglag; en form for frivillige organisasjoner i kultursektoren. I praksis er disse ofte små grupper med en håndfull aktive medlemmer som samles for å utføre håndverk sammen, de kan også samarbeide om å arrangere markeder, eller reise til andre markeder for å knytte sosiale bånd og utveksle kunnskaper.

«Vi har ukentlige håndverkskvelder. Vi reiser både til norske og utenlandske markeder. Ikke alltid de samme menneskene sammen, så i løpet av et år så får man tilbragt tid sammen med de fleste aktive medlemmene (IntervjuEgil2018)»

Vikinglagene og andre tilsvarende grupper som båtlag eller blankvåpengrupper er som regel lokale grupper av nære venner, derfor er de noe vanskelig å holde oversikt over. I løpet av de siste ti årene har dog utviklingen av sosiale media ført til at det er mulig å holde kontakten med de bekjentskapene man knytter på vikingmarkeder også etter at arrangementene er over. Facebook har utvidet vikingmiljøets sosiale arena slik at man kan dele opplevelsene man har gjort seg på markeder med et stadig større nettverk av bekjentskaper. Fotoalbum med minner fra ulike markeder florerer, arrangementer annonseres og deles. På nettet kan et arrangement nå langt flere potensielle deltagere og besøkende enn 1990-tallets plakatoppslag på lokale butikker.

En Facebookgruppe for høvdinge og ledere i det norske vikingmiljøet søker å holde kontakt mellom de lokale lagene. Her utveksles kunnskaper og erfaringer mellom ledere i vikinglag, båtlag og blankvåpengrupper. Georg som er høvding for Njardar vikinglag og administrator i Facebookgruppen, estimerer utifra medlemstallene at det finnes omtrent 40 vikinglag i Norge, men ikke alle medlemmene er norske (ibid).

4.3.2 Lokalt og internasjonalt

Etter hvert som internett har blitt mer vanlig, og sosiale media har tatt sin plass i hverdagslivet, har også verden blitt mindre. Det man gjør kan samtidig bli sett av mennesker på andre siden av kloden. Denne utviklingen hadde i seg selv vært et interessant felt å studere innenfor vikingmiljøet. Sosiale media har ført til at det er lettere for vikingmarkeder å rekruttere både besøkende og deltakere fra hele verden. Georg forteller for eksempel hvordan Njardar vikinglag har medlemmer fra så langt unna som Australia (IntervjuGeorg2018).

Gudvangen vikingmarked i Nærøyfjorden skiller seg ut fra andre vikingmarkeder ved at stedet ikke har noen konkret historisk tilknytning til vikingtiden. Selve fjorden er derimot på UNESCOs verdensarvliste over vernede naturområder. Når man kjører innover mot Gudvangen, er området skiltet med «Norwegian fjord landscape». Nærøyfjorden blir løftet frem som et eksempel på norske fjorder, som igjen assosieres med den nasjonale fortellingen om vikingtiden. Vikingskipet, og seilasene fra fjorder på Vestlandet til de britiske øyene, er kanskje et av de mest kjente symbolene på vikingtiden. På Gudvangen vikingmarked knyttes dette landskapet til fortellingen om vikingene som et handelsreisende folk som knyttet internasjonale kontakter også i fortiden:

«Vi tenker ikke at det bare skal være nynorsktalende sogninger her. Dette skal ikke bare være Vestlandet, det skal ikke bare være Norge. Det skal være internasjonalt. Det skal være et mekka, et samlingspunkt, kall det en smeltedigel av kunnskap, kultur og formidlere. Jeg liker jo å si at det var vestlendingene som var vikinger, men vi vet jo det at det var mye større. Det var et mye større og dypere [samfunn]. De reiste jo og, de hadde kontakt med omverdenen de og. Mye mer enn det vi tror (IntervjuFrode2018)».



Nærøyfjorden står på UNESCOs verdensarvliste. Foto: J. Felizia Sara Skree 2016

Sosiale media gjør det mulig for vikingmiljøet å samarbeide på tvers av landegrenser, for eksempel med valg av dato for arrangementer. Dette fører igjen til at deltagerne kan danne faste reiseruter hvor de treffer sine internasjonale venner årlig. Min egen rute går for eksempel mellom utvalgte markeder på Vestlandet og Nord-Norge. Selv om det å besøke nye markeder kan virke spennende, er det å se igjen nære venner en sterk motivasjon for å dra til de samme stedene. Man utvikler også nære forhold til stedene man besøker, og kan oppleve det som om man tilhører flere lokalsamfunn.

Vikingmarkeder arrangeres gjerne på steder som har en historisk tilknytning til vikingtid. Både Nordisk vikingmarked og Lofotr vikingfestival er lokalisert i nærheten av arkeologiske funnsteder. Følelsen av nærhet til stedene som fysiske markører på vikingtiden bidrar til opplevelsen av å være i kontakt med fortiden. Men fordi det norske historiesynet fortsatt oppfatter vikingtiden som en del av det forestilte nasjonale fellesskapet er disse stedene også viktige identitetsmarkører for den lokale befolkningen. Det å reise til steder som bærer fysiske minner om fortiden er derfor også en måte å delta i flere ulike lokalsamfunn på.

4.3.2 Sosiale media og nærhet til naturen

Utviklingen av sosiale media har i løpet av de siste ti årene bidratt til at det er lettere å holde kontakt med andre som deler de samme interessene på tvers av landegrenser (ibid). Et annet aspekt av vikingmiljøets digitale nettverk er at opplevelsene man har hatt på vikingmarkeder knyttes til moderne verdier. I min erfaring har det i løpet av de siste årene blitt vanlig at håndverk tagges med stikkord som «#bærekraftig», «#naturmaterialer» og «#kortreist». Disse ordene inneholder temaer fra den moderne samfunnsdebatten hvor

spørsmål om klima og ressursbruk er sentrale. Vikingene knytter sine opplevelser med å *være i naturen* sammen med verdier om å *ta vare på naturen*.

«Altså dette kicket, mitt personlige kick inn, det er rett og slett friluftslivet. Jeg elsker alt som har med friluftsliv å gjøre! Kontakt med naturen, bål, alt som har med det å gjøre. -Jeg er ikke skogsredd for å si det på den måten [...]» (IntervjuFrode 2018).

Det å være på vikingmarked er også en måte å være i naturen på. Frode lar seg, som mange andre i vikingmiljøet fascinere av den nærheten de norrøne folkene hadde til naturen. «Den kontakten til det naturlige i den tidsepoken. Altså du var jo tvunget til å leve mer i pakt med naturen rundt deg, utnytte ressursene på en mer naturlig måte enn det vi alle gjør i dag» (IntervjuFrode 2018). Det er ikke overraskende at vikingmarkeder har regler mot plast. Men motstanden mot plastikk og moderne ting handler ikke bare om at de ikke er historiske. De representerer også overforbruk og forsøpling. Det å delta på vikingmarkeder kan være en måte å utfordre seg selv på. Klarer man å leve slik de gjorde for tusen år siden? Klarer man seg uten de luksusvarene og ressursene man har blitt vant til i en vestlig moderne livsstil?

«Altså det er mange ganger jeg har foreslått for folk at de skal få en annen hobby. Altså når du skal jukse så mye og kalle deg viking, man må tåle litte granne, man må gi slipp på noe av det moderne om man skal gå tilbake. Man må kunne nyte stillheten, for å si det på den måten» (IntervjuFrode 2018).

Det å klare å gi opp litt av de moderne godene blir et ideale som setter en i kontakt med fortiden. De norrøne folkene blir både i populærkulturen og i den norske opprinnelsesfortellingen fremstilt som barske. Vi forestiller oss at de klarte å utnytte ressursene ved hjelp av pågangsmot og hardt arbeid. Men det å klare seg med mindre ressurser representerer også moderne idealer om bærekraftighet og klimavennlig livsstil. Sosiale medier, ukeblader, nyhetskanaler og andre media veller for tiden over av råd forbrukere kan følge for å bli mer bærekraftige. Om det er tips til hvordan man bruker opp matrester, hvilken mat man bør unngå å spise, eller hva man skal gjøre med plastemballasjen som fyller opp søppelspannene, så er beskjeden tydelig. Vi må forbruke mindre for å bli mer klimavennlige. I vikingmiljøet settes disse idealene i sammenheng med fortidsmenneskenes kunnskap. I vikingtiden var ikke klimaet truet, ressursene ble utnyttet, og alle var selvhjulpne. Det å nærme seg fortiden ved å lære seg å lage klær og redskaper av nedbrytbare naturmaterialer blir derfor en måte å være miljøvennlig på.

Blant de utenlandske deltakerne var det også flere som drev med andre naturnære aktiviteter. Bushcrafting var blant annet populært hos de engelske deltakerne. Dette er en aktivitet hvor man utfordrer seg selv ved å tilbringe tid i naturen uten moderne utstyr. Bushcraftere har kanskje bare med seg en kniv eller øks, og bruker tiden ute til å bygge det

utstyret de måtte trenge av det de finner i naturen. Dette er også en aktivitet som deles på internett i form av videoer og tekst om opplevelser og ulike teknikker. Internett er med andre ord med på å koble vikingmiljøet med andre miljøet som deler tilsvarende verdier om naturbruk.

Koblingene mellom natur og vikingtid er også en del av den norske historiekulturen. Nordisk vikingmarked arrangeres like ved Borreparken, hvor man kan spasere mellom gravhaugene mens tankene farer til de som levde akkurat her før oss. Gravhaugene var et rolig sted man kunne trekke seg tilbake til på dagtid, men på natten skiftet de mening. De som ønsket å tromme etter klokken elleve på kvelden ble henvist hit. Det var likevel ingen ville musikkforestillinger å høre. Fortellinger om følelsen av «noe» inni haugene svøpte stedet inn i en mystisk stemning, her ble folketroen levende. Fra haugene kunne man høre murringen av stemmer fra markedet som et bakteppe til stillheten som omkranset disse monumentene til de for lengst døde. Haugene er synlige i landskapet, og representerer fysiske minner om den historien som er knyttet til stedet. De fungerer som en grense mellom markedets leven og naturens stille mytologiske landskap.



Vikingmarkeder er ofte plassert i nærheten av steder som har historisk tilknytning til vikingtiden. Dette er en av gravhaugene i Borreparken, like ved Nordisk vikingmarked. Foto: J. Felizia Sara Skree 2018

Lofotr vikingfestival er også arrangert i nærheten av arkeologiske funn, men de er ikke synlige på samme måten som Borrehaugene. Man må vite hvor man skal lete for å finne frem til de faktiske funnstedene hvor restene etter en vikinghall ble gravd opp av jorden. Lofotr vikingmuseum har derimot markert landskapet med en rekonstruksjon av hallen i full størrelse. Plassert på toppen av en bakkekam, gjengir det kjøllignende taket et ekko av

fjellene i bakgrunnen. Bygningen virker nesten som den har grodd frem som en del av landskapet, heller enn å være bygget. Vikingmarkedet er heller ikke plassert i direkte nærhet til hallen. Man må et godt stykke ned en grusvei som slynger seg over jorder og forbi gårdsbygninger, før man kommer ned gjennom en granskog som åpner seg til selve markedet nede ved en innsjø.



Vikinghallen på Borg i Lofoten er en rekonstruksjon basert på funn fra samme sted. Foto: J. Felizia Sara Skree 2016

4.3.3 Autentisitet og identitet

Vikingene danner i fellesskap «vikingmiljøet», og ulike interne debatter søker å definere hvem som er «ekte» vikinger. I disse debattene synliggjøres problemet med begrepet «re-enactment», som kan forbindes med å gå inn i roller hvor man leker at man er noen andre enn seg selv, eller utøver en laissez faire holdning til autentisitet i utstyr og klær. De utenlandske re-enactment miljøene blir i noen tilfeller sett på med skepsis fra norske vikinger, fordi de forbindes med «re-enacterisms», hvor elementer fra ulike tidsepoker settes sammen på anakronistiske måter. Dette blir oppfattet som en negativ påvirkning fra de utenlandske vikingmiljøene, som står i motsetning til de norske vikingenes syn på levende historie som formidling av autentisk «riktig» historie. En deltager jeg snakket med som også deltok i engelsk re-enactment av historiske slag fra 1.verdenskrig kunne dog kommentere at det der var mye lettere å være autentisk fordi man hadde langt mer kunnskap om detaljene i både utstyr og livshistorier. Skepsisen mot internasjonal re-enactment er også i hovedsak

rettet mot viking re-enactment hvor for eksempel hornhjelmene fra Wagners (1813-1883) opera Nibelungen dukker opp som et forhatt eksempel på kulturelle misforståelser (Næss 2018).

Det norske vikingmiljøet konstruerer identiteten «viking» gjennom kollektiv handling, identitetsmarkører som klær og annet utstyr, samt deltakelse i håndverkspraksis.

Som nevnt innledningsvis i kapittel 3, er autentisitet et begrep man raskt møter på når det er snakk om formidling av historie. I vikingmiljøet møter man hovedsakelig på to betydninger av begrepet autentisitet, enten den «Giddenske autentisiteten» som beskriver en opplevelse av ekthet, eller den «historiske autentisiteten», som dømmer noe som mer eller mindre passende for formidling av vikingtid.

Modernitetsforskeren Anthony Giddens benytter dette begrepet for å synliggjøre paradoksene moderne mennesker opplever i forhold til sin identitet. Giddens hevder at moderne mennesker kan oppleve verden som «falsk», og derfor søker etter «ekte» opplevelser (Giddens 1997). Hva som betinger dette ekte, kan være ulike ting, men det er til syvende og sist en opplevelse mer enn materialitet. Den autentiske opplevelsen beskrives av vikinger i sammenheng med de sosiale relasjonene som skapes utenom markedenes åpningstid.

Tidlig på morgenen er det en egen stemning på vikingmarkedene. De som er våkne har bare fått på seg serken, noen løper barføtt til toalettene, noen bærer vann. En hane galer, man kan lukte de første forsøkene på å få fyr i bålpannene. Men de fleste sover, så det er en stillhet over leiren. I denne morgenstemningen føles det som om man er i en virkelig landsby. Det er ikke ennå åpent for besøkende, så det er ingen turister i sommerklær som glaner eller fotograferer. Man har noen timer til å leve seg inn i vikinglivet helt på egenhånd, uten å utøve ansvar som formidler.

Kveldene er derimot tiden for det sosiale livet. Flere titalls bål lyser velkommen fra viking til viking. Turistene har gått hjem, mat kokes i fellesskap, og deles hjertelig sammen med fortellinger, levende musikk og nyheter. Også denne opplevelsen kan beskrives som en Giddensk autentisitet. Man deltar i ekte relasjoner, med mennesker som deler følelsen av å endelig få være seg selv fullt og helt, ikke stykkevis og delt, for å parafasere Ibsen. Det er nettopp denne stemningen som trekker mange til vikingmarkedene. Løftet om de sosiale kveldene, muligheten til å bli kjent med stadig nye mennesker i den frie naturen blant trommerytmer og folketoner står i skarp motsetning til det moderne bylivet. Vikingene akker seg over hvordan det moderne livet gjør sosial samhandling stadig vanskeligere. Man passerer hundrevis av mennesker på gaten hver dag, men man trenger en unnskyldning for

å si hei, en god en. På vikingmarked har man allerede noe til felles med alle de andre, man er viking.

I markedenes åpningstid møter man hyppigere på «historisk autentisitet». Med dagens lys kommer skarpe diskusjoner om hva som er «historisk riktig». Detaljer og teknikker blir studert i detalj, spørsmålene kommer fra både deltagere og besøkende, «Hvorfor gjør du det slik?», «hvilket funn er dette fra?». I rollen som formidler er det forventet at en viking skal ha kunnskap om sitt eget utstyr. Hvilket arkeologisk funn smykker og klær er basert på, hva som er ens egen tolkning og hva som er tolkningen til en arkeolog eller historiker skal kunne besvares. Detalj-kunnskapen veteranene i miljøet sitter på om historisk og arkeologisk forskning er imponerende. Om deltagerne selv har en slik utdanning blir diskusjonene hyppigere. Nye deltakere finner fort ut hvilke autoriteter man skal søke seg til for å få klarhet i om Skjoldehamns funnet er viking eller samisk, hvilket århundre Borrestilen er i fra, eller hvilke farger man kan få på ull ved å plantefarge.

Alt kan bedømmes som mer eller mindre autentisk. Poteten kom først på 1500-tallet så den er ikke «viking», ei heller tomaten. Linstoffer er autentiske, men ikke hvis de er blandet med bomull. Helst skal det være håndvevd. De mest iherdige står med oppstadveven og trær ullgarn repetitivt frem og tilbake. For moderne fingre som først har tatt i vev som voksne, tar det flere titalls timer å fullføre et sjal. Det er få som er tekniske nok til å veve mønstre. Enda færre har råd til å kjøpe slike arbeidere. De aller dyktigste håndverkerne bytter sine ferdige arbeidere seg imellom.

De forskjellige bruksområdene til begrepet autentisitet viser spenningsfeltet mellom ulike historiesyn blant deltagerne. På den ene siden benyttes autentisitet som en verdidom ovenfor materielle objekter: Et hus, en kjole eller en øks kan bedømmes som mer eller mindre «autentisk». Som regel forstås en gjenstand som autentisk når den er basert på arkeologiske funn fra vikingtid. Denne bedømmelsen av historisk riktighet skjer ut i fra visuelle kriterier. Gjenstanden skal *ligne på* det som finnes av tilsvarende funn. Men i mange tilfeller vet man ikke hvordan en gjenstand så ut. Det er for eksempel funnet svært lite klær fra vikingtid; det som finnes er som regel små stykker av tøy som ikke sier noe om hvordan helhetlige plagg så ut. I disse tilfellene er det de *historiske teknikkene* som legitimerer plagget som autentisk. En kjole som er sydd for hånd blir oppfattet som mer autentisk enn et tilsvarende plagg sydd på maskin, selv om sømmene ikke er synlige.

Interessant nok er det sterke normer i vikingmiljøet rundt klær, selv om dette er en kategori man innenfor arkeologien vet svært lite om (TelefonintervjuVegard2019). Dette har nok sammenheng med at påkledning er en måte å skape og bekrefte identiteter. Om man tenker seg pønkere, hipstere eller fotballsupportere, er de alle grupper som signaliserer tilhørighet

via klær. Vikingene identifiseres også av sin påkledning, men man kler seg ikke ut som viking, *man er viking*. Like mye som fotballsupporteren er fotballsupporter og pønkeren er punker. Vikingene lager klær som fungerer praktisk til all slags vær, innenfor historiens rammer, eller med usynlige moderniseringer. Det å delta på vikingmarkeder innebærer å ha mulighet til å teste sine egne kunnskaper og ferdigheter mot vær og natur. Likevel blir vikingenes påkledning noen ganger beskrevet som uniform. Kvinner går i selekjoler med brosjer på skuldrene, og en eller flere lengre kjoler under. Menn går i vide eller smale bukser, med leggsurringer og knelang tunika over. Forsøk på å utfordre klesnormene kan resultere i intense diskusjoner og krav til akademiske bevis. Men likevel går det ulike moter i påkledning fra år til år, eller mellom ulike landsdeler.

På de Nordnorske markedene ser man langt mindre smykker enn på Vestlandet. Vikingene på Lofotr hadde praktiske klær av tykk ull og oljet lær, mens man på Gudvangen så langt flere silkeborder og rader med perlekjeder. En enkelt viking kan ha kjole inspirert av funn fra 1100 tallet, med smykker fra bronsealderen og sko basert på funn fra 900 tallet. Det blir dog gjort forsøk på å opplyse deltakere om hva som historisk ville hørt sammen, men arkeologiske og historiske kilder har en iboende ambivalens. Det eneste vi vet sikkert, er at vi vet svært lite om motene i jernalder og middelalder. Hva som er gjengs mote på vikingmarkeder i dag handler like mye om populærkulturelle påvirkninger fra moderne tid, som historiske kilder (Økstra 2016: 118). Etter at TV-serien «Vikings» ble sluppet, ble det for eksempel mote å barbere sidene av hodet og gå med hele reveskinn over skuldrene. Dette førte igjen til at miljøet begynte en kollektiv granskning av ulike kilder for å finne ut om man kunne bevise at pels og skinn ble brukt også i fortiden. Spenningsfeltene mellom ulike historiesyn fører til akademisk engasjement også blant deltakere uten høyere utdanning.

Interne skiller mellom grupper i miljøet skapes også av klær. Kvinner med tilknytning til slaviske folkeslag vil for eksempel vise sin tilhørighet ved å gå med pannebånd med metallringer festet ved ørene. Deltakere med finsk tilhørighet viser det med kunstferdige kapper med innvevde bronsespiraler, og krigere gjenkjennes på sine polstrede jakker og ringbrynjer. Vikingmarkedenes internasjonale deltakere viser at det å være «viking» ikke lenger er utelukkende forbundet med å ha en norsk eller skandinavisk nasjonalitet. Moderne identiteter er fleksible, men denne fleksibiliteten gjør dog også identiteten usikker og skaper spenninger (Giddens 1997). Hva man kan identifisere seg som er avhengig av hva som finnes som reelle muligheter i ens omkrets, være det seg det fysiske området man befinner seg i, eller det digitale nettverket man deltar i, derfor er identiteten sårbar ovenfor samfunnsendringer. Man kan få følelsen av å «miste» identitet når de kulturelle arenaene endrer seg (ibid). Vi har sett at endringer i vikingmarkedenes organisasjoner og struktur fører til at dette tapet av identitet blir en reell risiko. Njardar vikinglags internasjonale medlemmer

identifiserer seg med vikinglaget og stedet markedet arrangeres på, derfor kan ikke ledelsen ekskludere disse medlemmene, selv om de ønsker at vikinglaget skal ha en mer lokal forankring.

Autentisitet kan på den andre siden forstås som en opplevelse av noe ekte og verdifullt. Den autentiske opplevelsen beskrives som en stemning man kan fornemme i løpet av et marked. Deltagere beskriver denne følelsen med begrepet «vikingtid». Ordet er en humoristisk beskrivelse av opplevelsen av flyt man kan oppnå i det man lever seg inn i markedets atmosfære og slutter å følge med på klokken. Klokketid er gjerne forbundet med avtaler man må rekke, med stress og tidsjag. «Vikingtid» oppleves flytende, friere og mer impulsiv. Den står i motsetningen til den moderne hverdagens strukturerte avtaler. Man møter de man tilfeldigvis møter, man spiser når man er sulten, og man legger seg når man er trett.

Begrepet «vikingtid» kan forstås som en beskrivelse av tilstedeværelse i øyeblikket. Denne stemningen er avhengig av flere faktorer, ikke minst deltageren selv. For å oppleve en autentisk stemning må man stille seg åpen for de inntrykkene markedet skaper. Man må bevisst velge å se vekk i fra forstyrrende elementer som biltrafikken som durer forbi, eller de besøkendes moderne sommerklær, mobiltelefoner og pappkrus (Gustafsson 2002). Det å gå inn i en tilstand hvor man er åpen for de ulike inntrykkene som oppstår på et arrangement som vikingmarkedene, kan forstås som det modernitetsteoretikeren Anthony Giddens beskriver som det moderne samfunnets «risiko» (Giddens 2007: 111). Man risikerer å tre ut av det vanlige og forutsigbare for å oppnå en opplevelse av noe annet. Denne risikoen har ifølge Giddens sammenheng med tillit til de systemene man selv ikke har direkte kontroll over (Giddens 2007:127). Et av elementene som likevel driver moderne mennesker til å utsette seg for risiko, er individets refleksive forhold til sin identitet. Konstruksjonen av identitet forstås av Giddens som en prosess, likt det moderne synet på læring. Denne prosessen innebærer at man søker opplevelser som er med på å utvikle et autentisk forhold til selvet. Man kan altså se paralleller mellom Giddens tanker om det moderne menneskets søken etter et autentisk selv, og den autentiske opplevelsen deltakere i vikingmiljøet beskriver. Det er dog et tilsynelatende paradoks at man skulle søke en autentisk identitet gjennom å iscenesette fortiden. Derfor er det en viktig nyanseforskjell i bruken av autentisitet som opplevelse.

Deltagerne som melder seg på markedene, som har historiske håndverk som hobby eller levebrød, søker en autentisk følelse av stemning. Denne stemningen er ikke reduserbar til at markedet har tilstrekkelige historiske rekvisitter, eller at de selv møter opp med «riktig innstilling». Stemningen blir også skapt av det sosiale miljøet som oppstår på et marked. Den er avhengig av de andre deltagernes imøtekommenhet og villighet til å sosialisere. Dermed

kan ett og samme marked oppfattes svært ulikt av ulike individer. Den som reiser med en gruppe venner, vil med større forutsigbarhet kunne oppleve «en god stemning» enn en som reiser til et marked alene.

Opplevelsen av god stemning er derfor avhengig av at man har tillit til arrangementet og de menneskene man befinner seg blant. Denne tilliten er viktig for arrangører av vikingmarkeder. Mange deltagere investerer store summer i utstyr som sverd klær eller smykker. Det at deltakerne bor i telt gjør også at dette utstyret er svært sårbart for tyverier. Likevel er slike hendelser svært sjeldne. Vikingmiljøet er tett, og rykter sprer seg raskt. Markeder er derfor svært sårbare ovenfor rykter som kan fremstille arrangementet som utrygt. For å forsterke tilliten, samt overholde brannvernreglene, har de fleste markeder derfor en form for vakter som holder orden også på natten. Opplevelsen av en autentisk stemning forutsetter at man opplever markedet som trygt. Her kan man dog trekke paralleller også til vikingmarkedenes ønske om å være så historisk riktige som mulig. I middelalderen fantes et konsept om markedsfred, som innebar at man oppførte seg høvisk på arrangementer som var viktige for handel. Hva høvisk adferd innebærer er beskrevet i den norrøne teksten Håvamål. Det at det er svært lite bråk på vikingmarkeder er ikke bare fordi markedsledelsen har iverksatt tiltak mot dette, det er og fordi idealiseringen av vikingtiden innebærer en viss kode for oppførsel.

Det å være viking vil si at man oppfører seg høvisk. Middelalderens regler for høviskhet er dog utvidet til å innebære moderne idealer som likestilling, likeverd og frihet til individuelle uttrykk. Disse idealene blir igjen projisert bakover i tid. Vikingtiden blir idealisert som en tid da kvinnen hadde sterke rettigheter, da den individuelle friheten sto sterkt, og rasisme ikke fantes. Derfor finner man og et synlig LGBT miljø i det norske vikingmiljøet. Det norske vikingmiljøet tar også sterkt avstand fra høyreekstremisme og rasisme, dette står som regel synlig på nettsidene til norske vikinglag.

Man kan kjenne igjen fortiden som kollektiv identitet fra Lotten Gustafssons forskning på middelaldermarkedet i Visby. Middelalderen som kollektiv identitet i Visby representerte en felles Gotlandsk identitet. De som var tilflyttere til Visby kunne dele denne felles fortiden med de som hadde vært bønder på Gotland i generasjoner (Gustafsson 2002). Vikingtiden representerer på mange måter en felles norsk identitet, men på vikingmarkedene blir denne utvidet til å inkludere deltagere fra hele verden. Grupper eller individer som ønsker at vikingtiden skal representere nasjonal eller etnisk homogenitet er ikke ønsket på vikingmarkeder. Som Frode sier det: «De eneste som ikke er velkommen her, er de som mener andre ikke skal være velkomne» (IntervjuFrode 2018).

Også håndverkere har utfordringer når det kommer til autentisitet. I likhet med klær, er det få funn av smier datert til vikingtid. De arkeologiske funnene er ofte fragmentert, og derfor avhengige av tolkninger for at man skal kunne rekonstruere byggene. For å imøtegå dette problemet sammenlignes sporene etter håndverksmessige teknikker representert i flere funn. Teknikkene en gjenstand er produsert med kan derfor gjøre gjenstanden autentisk. Frode forteller om hvordan dette var en bevisst tankegang når Njardarheimr skulle bygges:

«Vi har brukt dokumenterte teknikker, [på] rubbel og bit. Det er dokumenterte byggeteknikker, enkle ting som stavlaft, sleppverk og grindbygg. Men det er ingen replika. Vi har gjort replika av teknikkene, ikke av byggene, fordi byggene skal tilpasses vår bruk. (IntervjuFrode2018)».

Når teknikkene blir et merke på autentisitet som historisk riktighet, blir også håndverkeren et symbol på det historisk riktige. Håndverkere har høy status på vikingmarkeder, og utøver man noen form for håndverk får man lett tilskrevet en identitet som håndverker. Det var ikke alle smedene jeg snakket med som umiddelbart ville kategorisert seg selv som «smed», selv om det var slik de ble omtalt av markedsarrangørene som skulle hjelpe meg å finne frem til smedene. Blant håndverkere jeg har møtt utenfor vikingmiljøet har jeg møtt en holdning om at man skal ha oppnådd et visst nivå av ferdighet før man kaller seg «smed». Dette henger kanskje igjen fra tiden da fagskolene endret mentaliteten rundt håndverkskunnskapen, og det oppsto en ide om at man trengte formell utdanning for å være «god nok» (Eikehaug 2006). I vikingmiljøet er derimot kriteriene annerledes. Her er det arbeidet du viser frem som avgjør hvordan du blir oppfattet av andre, ikke hvilke papirer du kan vise til. For å få status som håndverker er det nok å produsere eller selge egenprodusert håndverk på vikingmarkeder. I tillegg til håndverkets funksjon, vil graden av historiske teknikker, historiske redskaper, samt den visuelle utformingen avgjøre hvorvidt man blir oppfattet som dyktig.

4.5 Vikingmarkeder fra et profesjonelt perspektiv

Vikingmarkeder må undersøkes fra ulike perspektiver for å forstås som helhet. Tidligere forskning har undersøkt vikingmarkeder fra et deltagerperspektiv (Økstra 2016), og fra et komparativt perspektiv (Hannam&Halewood 2008). Når deltagerne har vært fokuset for forskningen har historisk inspirerte roller som krigere, håndverkere eller handelsmenn blitt benyttet som grunnlaget for inndeling i kategorier (Økstra 2016,Hannam&Halewood2008:18).

Fordi vikingmiljøet er et komplekst nettverk av individer og grupper, hvor ulike former for kunnskap stadig utveksles gjennom praksis, er det dog flytende overganger mellom de ulike rollene. Deltagerne lar seg vanskelig kategorisere i trange kategorier som «håndverker», eller «kriger». Det er også begrenset hvilken kunnskap man kan få ut av denne typen

kategorisering, fordi grupper som ikke lar seg kategorisere på denne måten lett forsvinner ut av analysen. Noen av disse gruppene er dog essensielle for vikingmarkedenes eksistens.

Vikingmarkeder skapes av aktører som kan klassifiseres som både profesjonelle og amatører, uten at jeg har legger noen verdimeslige forskjeller i denne inndelingen. Med profesjonelle mener jeg de som har tilknytning til vikingmiljøet gjennom sitt yrke. Dette gjelder hovedsakelig de som arrangerer vikingmarkeder som en del av sin stilling, men også enkelte håndverkere. Med amatører mener jeg de som ikke har sin inntekt knyttet til vikingmiljøet. De er per definisjon frivillige aktører. Formålet med kategoriene amatør og profesjonell, er å forklare de ulike synene på hva vikingmarkeder er, og hvem de er til for. Som vi skal se i kapittel 4.5, er den besøkende i fokus blant profesjonelle aktører. Når den besøkende er del av en målgruppe innenfor internasjonal kulturturisme, blir vikingmarkeder arrangementer som underholder tilreisende besøkende. Fra amatørperspektivet er det derimot deltakeren som er i fokus. Den besøkende blir i større grad oppfattet som en potensiell deltager i vikingmiljøet. Disse to perspektivene er ikke fullstendig avgrenset, men viser hvor ulike perspektivene som inngår i det å skape et vikingmarked kan være.

Vikingmarkedenes ledelse vil i virkeligheten forholde seg til svært mange ulike gruppers behov og ønsker. For å vise dynamikken mellom de ulike menneskene som i fellesskap skaper vikingmarkeder, deler jeg dem inn i tre grupper: Arrangører, deltagere og besøkende.

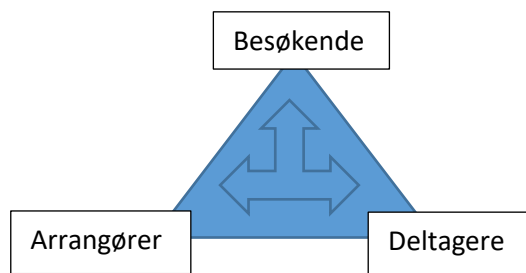
Arrangørene står bak organiseringen og gjennomføringen av hvert enkelt arrangement. Besøkende er betalende gjester som besøker markeder, og deltakere er de som befinner seg på markedet i alle andre kapasiteter. Disse kategoriene rommer igjen de ulike gruppene og sosiale rollene som er tilgjengelige på vikingmarkeder.

Arrangørene i denne undersøkelsen er både profesjonelle og amatører. Nordisk vikingmarked arrangeres av vikinglaget Borre, som er frivillige og derfor i denne sammenhengen representerer amatørperspektivet. Gudvangen vikingmarked arrangeres av det private selskapet Gudvangen Utvikling As, mens Lofotr Vikingfestival arrangeres av Lofotr Viking museum., Forholdet mellom arrangører, deltakere og besøkende kan også visualiseres på en annen måte. Fra det profesjonelle perspektivet er de besøkende grunnlaget for markedenes eksistens. De profesjonelle aktørene i denne undersøkelsen markedsfører seg mot ulike brukergrupper, en av disse er turister. Professor i turismeutvikling Kevin Hannam og konsulent Chris Halewood har undersøkt europeiske vikingmarkeder og festivaler som del av fenomenet «heritage tourism», hvor kulturarv markedsføres som turistattraksjoner:

«The current Viking themed tourism and leisure industry is now quite extensive being based upon various museums, heritage centres, theme parks, village reconstructions

and seasonal festivals, trading fairs or markets *supplemented by the activities of Viking re-enactment or 'living history' societies*. Interest in Viking themed tourism and leisure has led to a very full calendar of festivals and events that individually can attract up to 15,000 visitors daily (Hannam & Halewood 2008:17 min utheving)»

Fra dette perspektivet fremstår vikingmarkeder som en form for arrangementer som er skapt for den besøkende turisten. Man kan forstå det slik at formidlingen må tilrettelegges de besøkendes behov og forventninger, fordi de legger igjen inngangspenger og kjøper suvenirer og håndverk fra deltagerne. Dette økonomiske perspektivet kan visualiseres slik:



Profesjonalitet kan også oppfattes på en annen måte. Lofotr vikingfestival er del av museumssektoren, og har derfor mer etablerte rammer enn de private og frivillig arrangerte markedene. Museets aktiviteter må legitimeres i forhold til museenes etiske og juridiske rammeverk. Det grunnleggende prinsippet ved museumsdrift er at museene har ansvar for den materielle og immaterielle kulturarven (Norsk ICOM 2014). De er institusjoner hvis samfunnsoppgave er å bevare, fortolke og formidle kulturarv på vegne av befolkningen (ibid). «En integrert del av museets opplysningsoppgave består i å samhandle med det samfunnet museet tjener og arbeide for å fremme dets natur- og kulturarv (ibid)». Museets rolle som samfunnsinstitusjon gjør at ikke bare økonomiske, men også etiske perspektiver må ligge til grunn for all aktivitet som kan knyttes til museet.

Lofotr Vikingmuseum er et friluftsmuseum som er bygget rundt Borg som kulturarvssted. Museets hovedattraksjon er vikinghallen som er med på å gjøre museet populært innenfor kulturturen. Hallen huser både cruisgjester og grupper som reiser med Hurtigruten for å oppleve Norge fra kysten. Lofotr vikingfestival arrangeres av museet som en forlengelse av museumssesongen, rettet mot lokale besøkende (TelefonintervjuVegard2019).

Arrangementet kan derfor forstås som en måte å oppfylle ICOMS prinsipp om at museene plikter å utvikle sin folkeopplysningsrolle og trekke til seg et bredere publikum fra lokalsamfunnet (Norsk ICOM2014). Et av aspektene som går igjen hos arrangørene er synet på levende historie. Levende historiefremføring vil si at man gjenskaper historiske miljøer og

befolker dem med mennesker for å skape en interaktiv tilnærming til historisk kunnskap. Dette gjøres av Lofotr vikingmuseum som en del av museumsutstillingen ved at de ansetter guider som kan ulike håndverk fra vikingtiden til å utføre disse i den rekonstruerte hallen som er museets hovedattraksjon. Her kan man som besøkende gå inn og ha en samtale med jenta som spinner garn. Museets faglige tilnærming til levende historie er at denne typen formidling gjør det historiske materialet mer tilgjengelig for besøkende ved at flere av sansene iverksettes.

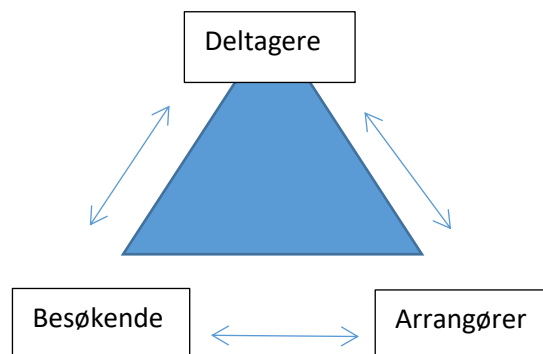
Lofotr vikingfestival er en videreføring av dette, hvor festivalen hyrer inn ulike håndverkere til å stå i smia, holde kurs i veving eller andre tilgjengelige håndverk. Vegard påpeker at utvelgelsen av håndverkere skjer hovedsakelig ut ifra kriterier om formidlingsevner. Det er med andre ord håndverkernes evne til å snakke om håndverket på en måte som skaper mening for besøkende som er avgjørende for hvem som får plass. Av flere hundre interesserte er det kun to som får stillingen som smed hver sommer. Disse må kunne samarbeide, og utfylle hverandre ved å ha ulike tilnærminger til faget.

Arrangørrollen innebærer også å skape og vedlikeholde et kontaktnettverk med interessante aktører innenfor arkeologi, håndverk og historiefordling. Dette skjer via utstrakt bruk av sosiale media, og deltagelse i ulike akademiske miljøer som driver med historisk forskning (ibid). Nettverket hjelper også til å få oversikt over hvilke aktører som er interessante som formidlere under arrangementet:

«Mye av jobben er jo nettverksbygging. Nettverk er jo alt, når du sitter med 400-450 søknader for sesongjobb så har du ikke sjanse i havet til å gå igjennom alle på en fullstendig måte og intervju og hit og dit. Om jeg starter med en stilling, og skal finne en smed, så går jeg gjennom søkelista og ser på dem som har søkt på smed, det er ofte en 20-30 stykker» (IntervjuVegard2018).

Museet leier inn formidlere til festivalen i form av artister, blankvåpengrunder og håndverkere. Andre deltakere kan og få dekket reiseutgifter for å delta på arrangementet om de regnes for å være spesielt interessante, eller sjeldne. Men det som vektlegges er ikke bare historiebruk.

Som vi har sett må vikingmarkeder forstås som et fenomen som skapes av gjensidige forhold mellom besøkende, arrangører og deltakere. Aktørene går sammen om å skape autentiske opplevelser av fortiden gjennom kulturelle møter.

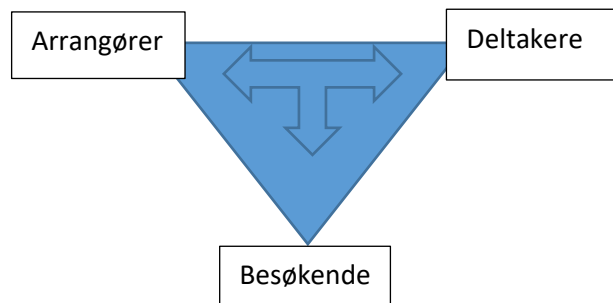


4.5.2 Deltakere som formidlere av levende historie

Men det er ikke bare de ansatte håndverkerne som oppfattes som formidlere. På Gudvangen vikingmarked fikk alle deltagende vikinger i 2018 tilsendt et regelverk hvor markedets forventninger til deltagerne var formulert. Det å være kledd som viking på markedet innebar å bli oppfattet som formidler. De fleste reglene dreide seg også om hvilken grad av autenticitet som ble forventet av deltakernes personlige utstyr, som telt, klær og redskaper (FeltnotatGudvangen2018). Når man deltar i et marked, underskriver man en med andre ord en sosial kontrakt, som i noen tilfeller også er et fysisk dokument. Der godtar man at man som deltager innehar en rolle som formidler av vikingtid. Eksempelvis kunne en ny deltager på Gudvangen vikingmarked fortelle hvordan de besøkende tok mest bilder i det hun skyndte seg gjennom leiren bærende på en kurv med matvarer. Det er i det deltakeren «glemmer» at noen ser på og lever livet som vanlig, at den besøkende opplever omgivelsene som ekte. Man tar som viking ansvar for at de materielle rekvisittene man tar med seg er kan forsvares som historisk riktige for at de *besøkendes* innlevelse i den historiske perioden markedet iscenesetter, ikke skal bli forstyrret.

Både moderne museumspedagogikk og opplevelsesturisme fokuserer på den besøkende som en aktør (Kirshenblatt-Gimblett 1998, Getz 2009). Aktøren har en interaksjon med materielle gjenstander og formidlere som skaper en følelse av innlevelse i arrangementet. De fleste vikingmarked er avhengig av de besøkende for å kunne finansiere arrangementene, enten direkte via inngangspenger, eller indirekte ved at den historiske formidlingen til de besøkende, brukes som legitimering i søknader om økonomisk støtte. Ved å undersøke vikingmarkeder fra et profesjonelt perspektiv fremstår vikingmarkedene som arenaer for historisk formidling rettet mot besøkende. Arrangørene oppfatter deltakere på markedet som formidlere, uavhengig om de er frivillige eller ansatte. De besøkende er slik mottakere av

historisk kunnskap som formidles gjennom levende historie. Arrangementene markedsføres som steder hvor turisten kan tre inn i en helhetlig opplevelse av vikingtiden. Levende historie blir i dette perspektivet et samarbeid mellom arrangører og deltakere for å skape autentiske opplevelser for den besøkende. Man kan visualisere dette fenomenet slik:



Som vi ser av figuren over, skjer det en utveksling av kunnskap og forventninger mellom arrangører og deltakere. Denne kunnskapen blir igjen formidlet til besøkende på vikingmarkeder som blir tiltrukket av muligheten for å oppleve vikingtid, dramatiske naturlandskap og historiske steder. Men denne figuren viser ikke den fullstendige interaksjonen som foregår mellom disse gruppene. Som vi har sett i den norske vikingmarkedenes historie, er deltagerne ofte organisert i vikinglag som deler interesser for håndverk og kulturarv. For å forstå deres motivasjon for å delta på vikingmarkeder må vi tilbake til dette innsiderperspektivet.

4.5.3 Vikingmarkeder fra et amatørperspektiv

Fra profesjonelle aktørers perspektiv er vikingmarkeder arenaer hvor arrangører og deltakere samarbeider om å formidle historisk kunnskap til lokale besøkende og turister. Mange vikinger går med glede inn i formidlerrollen, og forteller entusiastisk om sine aktiviteter til de som ønsker å høre på. Men de fleste deltagere på markeder er likevel ikke der for å gjennomføre frivillig arbeid som museumsansatte eller turistguider. Det profesjonelle perspektivet er derfor ikke dekkende for å forstå den rike kulturutvekslingen som foregår mellom deltagerne på vikingmarkeder. Fra amatørperspektivet er lokale besøkende til vikingmarkeder potensielle nye deltagere i vikingmiljøet.

Tankene som ligger bak konstruksjonen av Njardarheimr viser at deltakere i det norske vikingmiljøet også bevisst søker å utvikle arenaer for praktisering av håndverk som en måte

å bevare kulturarven på. Denne utviklingen er ikke utelukkende et resultat av økt interesse for kulturturisme, men er også et uttrykk for det brennende engasjementet for vikingtidens historie og kultur som finnes i dette miljøet. Engasjementet dreier seg ikke bare om historisk formidling, men også om deltagerne behov for fleksible kulturelle arenaer knyttet til deres nærmiljø, hvor de kan utvikle historisk inspirerte livsstiler og identiteter.

Nordisk vikingmarked er arrangert av vikinglaget Borre. Høvdingen i vikinglaget er til syvende og sist er ansvarlig for markedet, og i dette tilfellet skjer arrangementen på fritiden. Egil Berli-Johnsen var høvding i Borre vikinglag i 2018, og dermed ansvarlig for markedet dette året. Han beskriver koblingen mellom historiske steder og levende historie som sentral for å tiltrekke seg nye deltakere:

«Det at re-enactors, som formidler historien er til stede på de stedene hvor historieinteresserte drar for å SE de historiske stedene gjør at de som allerede er formidlere møter interesserte mennesker som også da er potensielle fremtidige formidlere. Det er derfor markeder på historiske steder er så smart (IntervjuEgil2018)».

Vi ser i sitatet over at re-enactors, eller vikinger også her oppfattes som formidlere, men de besøkende fremheves til forskjell fra de andre arrangørene som *potensielle deltagere* i miljøet. Det handler altså ikke bare om å formidle opplevelse, eller historisk kunnskap, men også å formidle et positivt miljø lokale besøkende kan ønske å være en del av. Under mine observasjoner fremhevet også de fleste deltagerne det sosiale miljøet som deres grunnlag for å delta på markeder. Det er hyggelig å bli kjent med andre rundt leirbål, og snakke sammen om felles interesser. En av mine første introduksjoner til vikingmarkeder var at det var fritt frem å sette seg ved hvilket som helst leirbål, om jeg ble lei av samtalen kunne jeg bare bevege meg til det neste. Dette skulle også vise seg å stemme. Sosialiseringen på vikingmarkeder foregår ved at man beveger seg mellom de ulike leirene og bodene som finnes på markeder, og setter seg ned med de som er tilgjengelige i øyeblikket. I dagliglivet opplever man ofte at man må kjenne noen på forhånd for å kunne delta i en gruppe. Det er for eksempel ikke bare å sette seg ned ved bordet til fremmende på en Cafe. På vikingmarkeder kan man derimot overskride denne sosiale grensen, og bli kjent med mennesker man ellers aldri ville møtt, fordi de tilhører andre sosiale demografier enn en selv. Det vil ikke si at det ikke finnes leirdannelser med grupper som helst vil bruke tid med hverandre. Når man har deltatt i vikingmiljøet over tid, vil man etter hvert skape «sin» gruppe med mennesker man går spesielt godt overens med. Men nye deltagere kommer alltid til, og de besøkende på markedene bryter opp leirene om dagen. Dermed vil det alltid være en bevegelig strøm av nye mennesker som kommer bort og hilser på. Håndverkere som

arbeider er som regel åpne for at man setter seg ned og slår av en prat i åpningstiden, men den virkelige sosialiseringen foregår etter markedenes stengtids. Da samles også de deltagerne som i åpningstidene er opptatt med ulike formidlingsaktiviteter for å slappe av og være sosiale.

Det er når man bor på et marked i flere dager i strekk at man får opplevelsen av å være del av et kulturelt miljø. Når mørket senker seg og leirbålene er det eneste lyset man kan se, oppstår en atmosfære av intimt samvær, selv blant flere hundre deltagere. Rundt leirbålene lages det mat, historiske instrumenter tas frem, sang, musikk og fortellinger utveksles. I mørket beveger man seg etter lyset og lyden av mennesker som hygger seg sammen. Her legges også planer for nye markeder, samarbeid om formidlingsprosjekter og nytt og gammelt utveksles. Forskning på svenske middelaldermarkeder og vikingmarkeder beskriver markedenes stemning som en opplevelse av å reise i tid (Gustafsson 2002, Økstra 2016). Selv om markeder markedsfører seg som et sted hvor man kan oppleve vikingtiden, er det ikke opplevelsen av tidsreiser som fremstår som den grunnleggende motivasjonen blant vikinger som møtes på de samme markedene år etter år. Det er heller ikke turistens søken etter eksotiske opplevelser som motiverer deltakerne på norske vikingmarkeder til å etablere faste reiseruter hver sommer (Økstra 2016). For å forstå hva som er grunnlaget for å reise til utvalgte vikingmarkeder år etter år, må man undersøke vikingmiljøet fra et sosialt perspektiv.

Georg beskriver vikingmiljøet som en familie. Når man besøker Gudvangen vikingmarked er det som regel høvdingen selv som ønsker nye deltakere velkommen. Georg er svært aktiv i å bygge nettverk mellom deltakere fra inn- og utland, både direkte og over internett. Det smilende fjeset med julenisseskegg og pelskantet lue dukker opp i alle sosiale media som deler bilder om man søker på «viking». Frem til Njardarheimr ble bygget var Gudvangen vikingmarked også et av få større markeder uten begrensninger på hvor mange deltakere som kunne komme. Alle er velkomne til å bli kjent med Gudvangen og vikingene som møtes her. Det å møte deltakere i vikingklær er for ham å gjenkjenne likesinnede som medlemmer i en global familie, selv når spenningen mellom ulike individers interesser og motiver fører til konflikt. «Slik er det i alle familier (IntervjuGeorg2018)». Njardar vikinglag har hatt mange internasjonale medlemmer, men har i løpet av de siste par årene valgt å begrense medlemstallet til de som bor nært nok til å delta på aktiviteter i Njardarheimr også utenfor markedssesongen. Likevel er det fortsatt noen internasjonale medlemmer i Njardar:

«Det er noen vi ikke kan si nei til, fordi de har vært med så lenge, og *de har ingen annen identitet*, det er det som er å være med i et vikinglag man får en identitet og det gir deg kredit, for er man med i et vikinglag som har en høvding og et styre, og de spør om å få

komme til markedet vårt, så spør vi alltid hvilket vikinglag de tilhører, og blir det da noe bråk, så vet vi hvem vi kan gi beskjed til (IntervjuGeorg2018, min utheving)»

Deltagelsen i en gruppe er med andre ord med på å skape identitet ved at sterke sosiale bånd knyttes mellom medlemmene. Det å være med i et vikinglag kan også gi sosial status både i form av at man kan innta interne roller som høvding eller leder, og ved at laget i sin helhet lettere oppfyller de enkelte markedenes krav om historisk riktig utstyr. Vikinglagene oppfordrer sine medlemmer til å utvikle en bred interesse for hvordan det var å leve som menneske i den historiske epoken. Et par deltagere jeg kom i snakk med på Gudvangen vikingmarked fortalte om hvordan deres vikinglag har en form for svenneprøve for nye medlemmer, hvor de må vise at de kan mestre å utstyre seg selv med nødvendige ting for å kunne delta i laget. Det var både søm av tunika, utskjæring av skje til å spise med, og andre hverdagsgjester involvert. Laget stilte dog med både hjelp og erfaring for å få gjennomført prosjektene. Disse vikingene kunne fortelle at denne «prøven» lot vikinglaget sile ut de medlemmene som ikke passet inn. Man ser her en normativ innstilling til en bred håndverksinteresse. Noen ville kanskje oppfatte en slik innstilling til potensielle medlemmer som strengt, men vikinglagenes tette sosiale miljø forutsetter at medlemmene har noenlunde like oppfatninger om den aktiviteten de driver med. Det finnes også andre grupper innad i vikingmiljøet som ikke fokuserer på håndverk i samme grad. Det å være med i et vikinglag er heller ikke avgjørende for å være deltaker i vikingmiljøet.

Flere av arrangørene var også med i vikinglag, slik som Frode som har vært medlem i Njardar vikinglag lenge før han ble daglig leder i Njardarheimr vikingby (IntervjuFrode2018). Vegard som var ansvarlig for Lofotr vikingmarked i 2018, var derimot ikke viking re-enactor. For ham var det viktig å sette en grense mellom yrke og fritid (TelefonintervjuVegard2019). Skillet mellom yrke fritid kan derfor være fast eller flytende avhengig av hvilken grad av deltakelse man velger å ha i vikingmiljøet. Tilsvarende kompleksitet ser vi også hos deltagerne. I denne undersøkelsen har jeg fokusert på en gruppe deltagere som formidler smiing på vikingmarkeder. I likhet med arrangørene finner man også blant smedene ulike grader av deltakelse i vikingmiljøet. De av smedene som var bosatt i Norge hadde alle yrker som var relatert til håndverk eller historie. Jeppe er lærer på vikinglinjen på Seljord Folkehøyskole, og driver med ulike håndverk både i jobbsammenheng og på fritiden. Anders og Siri er begge ansatt som smeder i Njardarheimr vikingby, Siri studerer i tillegg arkeologi, mens Anders er håndverker på fulltid. Blant meddelerne var en av smedene ansatt på historisk museum, og drev med smiingen som hobby. De fleste solgte også smidde gjenstander på markeder, selv om dette ikke var deres primære inntektskilde.

De utenlandske smedene som deltok på markedene var i større grad selvstendig næringsdrivende håndverkere. De opplevde at de fikk gode priser for varene sine på norske vikingmarkeder, og valgte derfor å benytte somrene til å reise mellom flere markeder som håndverkere og handelsmenn. Flere av disse smedene hadde tradisjonell håndverksopplæring i form av å ha gått i lære hos en eller flere mestere i faget. I noen tilfeller hadde håndverket også gått i arv i deres egen eller læremesterens familie. Det kunne se ut som om de tilreisende smedene i større grad enn de norske kom fra kulturer hvor tradisjonelle håndverksfag fortsatt var tilgjengelige yrker.

Ved nærmere ettersyn hadde flere av disse også akademiske tilnærminger til historie i form av høyere utdanning. Olai kunne for eksempel fortelle hvordan kombinasjonen av praktisk og akademisk kompetanse hadde gitt ham en stilling hvor han lærte tradisjonshåndverk til barn i hjemlandet. Prosjektet hadde dog blitt lagt ned, derfor hadde han begynt å selge verktøy og andre ting han smidde på vikingmarkeder (FeltsamtaleOlai2018). Vi ser at de fleksible grensene mellom yrke og fritid gjelder både arrangører og deltakere. Man kan derfor forstå begge gruppene som moderne mangesyslere (Laginder&Stenøien2015). Men disse moderne mangesyslerne bygger også yrker og livsstiler over landegrenser. Denne internasjonale aktiviteten blir beskrevet innad i miljøet som en videreføring av fortidige livsstiler. De utenlandske håndverkernes reisende liv blir idealisert av de norske vikingene som genuint og fritt. Terskelen er dog litt høyere for at noen fra det norske miljøet skal kaste seg ut på landeveien og reise fra helseforsikringer og barnehageplasser. Der de europeiske vikingene er avhengig av å få solgt sine varer, er det som selges av norske vikinger som regel noen få håndlagde ting, for hyggens skyld. En teltleir kan være utstyrt med fire håndvevde brikkebånd og en pose ramsløkssalt på et bord, drister man seg til å spørre om prisen finner man fort ut at den er høy nok til at salget ikke er målet med å stille ut varene. Det er like mye et display av håndverksskikkelighet. En rekvisitt som gjør boden til en «salgsbod», kan sikre plass på markeder hvor mange blir avvist på grunn av plasshensyn. For de utenlandske håndverkerne må dette se litt underlig ut. Selv om man kan drømme seg vekk i å leve som dem, blir man raskt minnet på livets harde realiteter, og ulikhetene mellom de europeiske landenes sosiale systemer. Få har pensjonsordning eller forsikring. Når en velkjent selger ble syk, var vikingmiljøet raskt ute med å mobilisere det digitale nettverket, med linker til nettsiden hans og oppfordringer til å handle det man skulle trenge nå, så han kunne betale for legehjelp. Vikingfamilien trødde til for å passe på sine egne.

Vikingmarkedene er langt mer enn reisemål for ferierende, eller arenaer for moderne hobbyer. De ulike arrangørenes samarbeid gjennom digitale nettverk legger til rette for kombinasjoner av ulike inntektskilder, denne fleksibiliteten gjør at moderne livsstiler kan utvikle seg i vikingmiljøet, noen av de som et uttrykk for fritid og overskudd, andre av

nødvendighet. Hannam og Halewood har i sin forskning på vikingmiljøet konkludert med at vikingmarkeder og festivaler er arenaer hvor fortiden blir konstruert og idealisert av deltakere som en autentisk livsstil, noe som igjen legger grunnlaget for en kollektiv vikingidentitet (Hannam&Halewood2008:18). Denne undersøkelsen bekrefter altså dette funnet. Autentisitet er et komplekst begrep som benyttes i mange sammenhenger i vikingmiljøet, for å undersøke hvordan vikingtiden legger grunnlaget for moderne identitet må man se nærmere på hvilke sammenhenger dette begrepet inngår i.

Oppsummering

Det norske vikingmiljøet har siden 1990-tallet utviklet seg fra å være små spredte interessegrupper interessert i levende historie, til å bli et komplekst nettverk av ulike organisasjoner, foreninger og individer som tilnærmer seg en felles interesse for vikingtiden på ulike måter. I dette nettverket finner vi både museum og lokale foreninger, frivillige organisasjoner og yrkesutøvere. Fra et deltagerperspektiv ser man at vikingmarkedene også er sosiale arenaer hvor det norske vikingmiljøet uttrykker sin identitet og praktiserer moderne livsstiler hvor vikingtiden representerer tradisjonelle verdier. Vikingtiden blir formidlet mellom deltagerne som en opprinnelsesfortelling for norsk og europeisk kultur, både i materiell og immateriell form. Den sosiale samhandlingen skjer når både internasjonale og norske deltakere møtes på de samme stedene år etter år.

Vikingmarkedene fungerer i dette nettverket som fysiske noder hvor disse ulike aktørene møtes. Noen arrangerer markedene, andre deltar som formidlere, selgere eller håndverkere. Miljøets og markedenes fleksibilitet gjør at grensene mellom fritid, yrke og livsstil er flytende. Individer kan skifte status mellom ulike markeder, i løpet av et enkelt marked, eller over lengre tid. Dette har sammenheng med at det norske vikingmiljøet oppfordrer sine deltagere til å stadig tilegne seg ny kunnskap. Det å tilegne seg praktisk kunnskap om matlaging eller ulike håndverk gir både sosial status og muligheter for inntekt, i tillegg til at en ny form for status gjør seg gjeldende. Den historiske autentisiteten har blitt viktig i det norske vikingmiljøet. Historisk autentisitet er med på å legitimere vikingmarkedenes som steder hvor man kan lære om vikingtidens historie på en interaktiv måte. Denne legitimiteten gjør vikingmarkedene til samfunnsrelevante arrangementer som kan konkurrere med andre kulturelle arrangementer om økonomiske midler. Når deltagerne på vikingmarkeder kan vise til historiske eller arkeologiske kilder for sin virksomhet, blir det lettere for markedsarrangører å få innvilget midler til videre drift av for eksempel kommunale kulturfond. Markedenes plassering er heller ikke tilfeldig, da nærheten til et historisk landemerke eller arkeologisk funnsted også kan bidra til denne autentisiteten.

Vikingmiljøet har vært igjennom flere endringer. Deltakerne som var med fra starten på 1990-tallet kan i dag fortelle om klær sydd av gardiner, kasserollehjelmer og annet improvisert utstyr. For en ny deltager i dag er læringskurven langt brattere. Miljøet har i fellesskap samlet kunnskap om hva som er «historisk riktig». Der denne kunnskapen tidligere ville vært begrenset innenfor et vikinglag eller tilsvarende organisasjon, har sosiale medias inntog gjort at filer kan deles via Facebook grupper. Dermed finnes det i dag en stadig ekspanderende samling med artikler, bildemateriale og annet som benyttes til å legitimere tolkninger av vikingtidens materialitet. Selv nye deltagere forventes å raskt sette seg inn i basiskunnskapen om hvordan de vanligste klesplaggene skal se ut, og hvilke materialer de skal være laget av.

Håndverkerne har fulgt det norske vikingmiljøet siden det første vikingmarkedet ble arrangert på Borre. Allerede da fantes det et ønske om å tiltrekke seg de beste håndverkerne. I dag, 26 år senere, er markedet på Borre kjent for de mange dyktige håndverkerne som trekker hit. Også Lofotr vikingfestival og Njardarheimr vikingby ønsker å tiltrekke seg dyktige håndverkere. Det å utføre levende historie er å omgi seg med håndverk. Enten i form av redskapene, klærne og verktøyene man bruker, eller ved at selve utførelsen av håndverket er med på å knytte fortiden til nåtiden via handling.

5 Håndverk som historiebruk og kulturarv

Innledning

I vikingmiljøet oppfattes deltakerne, enten de er profesjonelle eller amatører, som formidlere. Man kan ikke drive med formidling av levende historie, uten også å drive med håndverk på en eller annen måte. Levende historieformidling innebærer utstrakt bruk av historiske replikaer, slik som klær, verktøy og redskaper. For at levende historieformidling skal aksepteres som en legitim måte å lære om historie på, forutsetter det at den historien som formidles er autentisk. Autentisitet forstås i modernitetsforskning som opplevelse, eller kanskje heller innlevelse i noe som føles ekte og nært. Men i vikingmiljøet benyttes autentisitet også som en verdidom man utfører på materielle gjenstander. Denne bruken av autentisk som synonymt med historisk riktig, innebærer at gjenstander oppfyller visse krav som gjør at gjenstanden kan legitimeres av historisk faktakunnskap.

Det norske vikingmiljøet verdsetter kunnskap om både visuell utforming, stilart etc. i lik grad som kunnskap om teknikker og prosesser. Dette har sammenheng med at håndverk i Norge er forbundet med tradisjon. Vi tenker på håndverkskunnskaper som noe som innebærer nedarvet kunnskap om hvordan man utfører handlinger, enten det er snakk om hvordan man koker julegrøten, hvordan man spiller en slått, eller hvordan man fyrer opp i essa.

Det å utføre handlinger som er knyttet til fortiden er også å ta i bruk historien. Å utøve håndverkstradisjon er med andre ord en form for historiebruk. Men tradisjoner kan også være kulturarv. Med kulturarv mener vi de uttrykkene for kulturell identitet vi anser som verdifulle. I dette kapittelet skal jeg fokusere på smedene på vikingmarkeder, hvordan håndverk skaper sammenheng mellom fortid og nåtid, og hvordan vikingmarkeder fungerer som arenaer hvor håndverkstradisjonen revitaliseres.

5.1 Håndverk som levende historieformidling

Som vi har sett i kapittel 4.5.2 blir deltagere på vikingmarkeder oppfattet som formidlere. Mange deltakere oppfatter også seg selv som formidlere, og tar denne rollen svært alvorlig, derfor blir det å ha detaljkunnskap om vikingtidens historie og kultur en positiv verdi i vikingmiljøet. Mennesker med akademisk bakgrunn innenfor historie eller arkeologi får også en viss status som autoriteter som kan vurdere historisk autentisitet. Men vikingmiljøet verdsetter også praktisk kunnskap og erfaring. Derfor har også håndverkere høy status som viktige formidlere i dette miljøet.

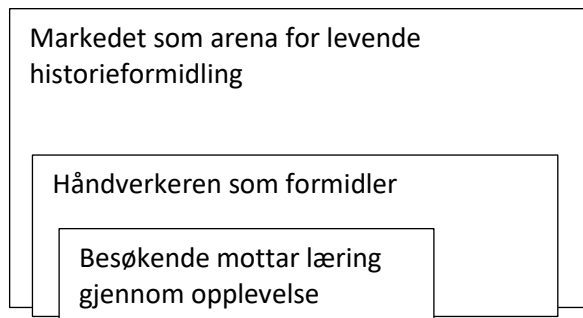
«Smedene er ansett for å kunne det de driver med, Det var lettere å trippelsikre 2-3 små områder enn å få disp. for hele leiren. Jeg avgjorde at dette kunne vi stå for. Det hadde ingen hensikt å gi disp. til noen som ville grille – mens smiing var ansett for å være veldig viktig for formidlingspakken under markedet (IntervjuEgil2018)»

Smedene får anledning til både å utøve håndverk og selge produksjonen sin på vikingmarkeder, men arrangørene stiller krav og forventninger til håndverkere som ønsker å delta. Det å drive «polske supermarked» eller «viking-IKEA», blir sett på som mindreverdige. Disse betegnelsene blir brukt om utenlandske selgere som kjøper opp billig håndverk i hjemlandet, for så å selge det i Norden om sommeren. Georg kan fortelle hvordan det å produsere håndverket selv er så viktig at miljøet har oppfordret enkelte til å begynne med egen produksjon, heller enn oppkjøp (IntervjuGeorg 2018). Det sosiale presset som oppsto i denne situasjonen må ha vært formidabelt, for den gjeldende handelsmannen produserer nå alt han selger selv.

Håndverk i vikingmiljøet er ikke anonyme ting, man vet gjerne navnet på den som har produsert både sleiva og ølkruset man bruker. Tingene blir omtalt med fornavnet på håndverkeren som prefiks. Man kan omtale verktøy som en Anders-kniv, eller en Jeppe-tang. Pinlige situasjoner kan oppstå om man ikke merker seg hvor tingene man bruker kommer fra, for noen andre vil garantert kjenne dem igjen. Dette gjør det også mulig for håndverkere å konkurrere om kvalitet, heller enn pris, som igjen viser vikingmiljøets verdier om bærekraftighet. Noe som er godt laget og varer lenge blir ansett som bedre enn noe som er billig og lett går i stykker. Dette har sammenheng med at vikingtidens håndverkere fremheves som særlig dyktige. En kommentar jeg bet meg merke til på et forum for internasjonale vikinger, erklærte at det ikke fantes dårlige håndverkere i vikingtiden!

Det å formidle håndverk handler også om å gjøre ære på fortidens håndverkere. Det å gjøre seg så dyktig som mulig innenfor et håndverk er en måte å leve seg inn i historien på, og føle nærhet til de som gjennomførte de samme handlingene for tusen år siden.

Arrangører av vikingmarkeder ønsker å ha flest mulig dyktige håndverkere på markedene sine, men dyktighet forstås ikke bare som det å utføre håndverket korrekt eller vakkert. Det å være i stand til å kommunisere med publikum er vel så viktig. Smedene på vikingmarkeder er derfor ikke bare håndverkere, men også *historieformidlere*. De må være i stand til å beskrive hva de gjør i en sammenheng, slik at besøkende kan oppnå en opplevelse av deltakelse i det som skjer i smia, og på markedet generelt. Figuren under demonstrerer denne sammenhengen mellom marked, håndverkere og besøkende.



De besøkende drar til markedet for å oppleve vikingtiden. Anna Økstra forstår den besøkende på vikingmarkeder som en del av moderne former for turisme, hvor turisten søker mening gjennom opplevelse (Økstra2002:56). Hun forstår ønsket om å oppleve det eksotiske, det primitive og det som er annerledes enn hverdagen, som avgjørende for å trekke mennesker til å besøke utligjengelige steder, som for eksempel vikingmarkeder (ibid). Økstra mener dette uttrykker et behov for autentiske opplevelser.

Autentisk betyr her opplevelser som står i motsetning til den vestlige hverdagens konformitet og komfort, men som fortsatt representerer menneskers virkelige levde liv. Det å besøke vikingmarkeder blir en måte å oppleve fortidens kulturer på (ibid). Turistens søken etter autentiske kulturer skaper dog et anakronistisk paradoks i vikingmarkedenes tilfelle, fordi vikingmarkedene fra den besøkendes perspektiv er iscenesatt fortid (ibid). Dette gir igjen arrangørene en utfordring med å opprettholde den besøkendes opplevelse av ekthet (ibid). Fra dette profesjonelle perspektivet blir det å ansette smeder som tilhører håndverkstradisjonen en måte å forsterke turistens positive opplevelse av arrangementet på. De at de er virkelige håndverkere kan gi en besøkende turist en opplevelse av noe ekte. Men av de vikingmarkedene jeg har besøkt, er det bare Gudvangen vikingmarked som har internasjonale turister som målgruppe. Det er derimot i større grad deltakerne som er internasjonale på de andre markedene, mens de besøkende er lokale. Som vi har sett i kapittel 4.2, er ikke vikingtiden en fremmed kultur for nordmenn, fordi vikingtiden er en del av den norske opprinnelsesfortellingen. Det å besøke vikingmarkeder blir for norske besøkende en måte å lære om sin egen kultur på. Om man ser på hvem som besøker vikingmarkeder, og hvilke aktiviteter som tilbys på de fleste markedene, så ser man og hovedmålgruppen er norske barnefamilier. Det å besøke et vikingmarked er mindre sammenlignbart med å besøke eksotiske kulturer, enn for eksempel å gå på Akvariet i Bergen for å se på torsk og kveite som finnes i våre lokale farvann. Foreldre benytter vikingmarkeder som en læringsmulighet for sine barn.

Et av grepene som gjøres i formidling av levende historie er rekonstruksjon av bygninger. Lofotr vikingfestival er et eksempel på et marked som har tilgang til flere rekonstruerte bygg. Et naust med lignende konstruksjon som vikinghallen, samt tilhørende kai hvor flere skip ligger fortøyd forteller om vikingene som sjøfarende folk. For å formidle håndverk har det blitt bygget en smie. Smiens gresstak glir naturlig over i landskapet. Interiøret er mørkt og intimt. Kun døren og en ljøre i taket slipper inn lys.



Smia på Lofotr ved siden av en av deltakernes telt. Foto: J. Felizia Sara Skree 2018

De besøkende i smia på Lofotr var både lokale og utenlandske. Inni den historiske smia var det bare plass til noen få av gangen. Smia var også utstyrt med en pleksiglassplate for å beskytte moderne nylonjakker fra glødende kull. Denne plata fungerte som et vindu til smeden som arbeidet der inne. Med ansiktene trykt inn mot glasset, sto unge og gamle som trollbundet og glodde måpende på smeden i mørket. Opplyst i blaff av ild fra essa, jobbet smeden her uten skjorte. Mangelen på klær og moderne verneutstyr ga en aura av primitiv maskulinitet. Men ikke alle smedene var menn.

I smia på Gudvangen vikingmarked kom guiden inn mens Siri arbeidet med slegge. Glødeskall sprutet fra jernet hun jobbet med, mens hun konsentrert og rytmisk førte sleggen med begge hender. Ingen av de besøkende fulgte med på Guidens fortelling. Flere ble stående en stund etter at guiden hadde gått videre med resten av gruppen. Her merket jeg meg spesielt en jente i fem-seksårsalderen med to yngre brødre. Jentas blikk var limt til smeden Siri. Hun ensset ikke at resten av gruppa gikk videre, men ble stående og sluke smiingen med blikket. Etter flere minutter kommer moren inn igjen med lillebror på armen. Hun forsøker å få guttene interessert med å snakke til de om håndverket og vise frem små

smidde gjenstander som guiden hadde brukt som rekvisitter. Guttene hadde dog liten interesse for dette, og etter hvert blir den lille jenta bestemt ført ut av smia sammen med resten av familien. Jeg bet meg merke i situasjonen fordi den snudde oppfatningene vi har om smiing som noe maskulint på hodet. Siri kunne også fortelle at det i middelalderens håndverkslaug ikke var så uvanlig med kvinnelige smeder. Den som formidler håndverk med å utføre det, formidler med andre ord mer enn bare håndverket. Oppfatninger vi projiserer bakover i tid om kjønnsroller og stereotyper kan utfordres av levende historie.

Smiing utføres stort sett likt på vikingmarkeder. Enten smedene benytter faste installasjoner i form av smier til å utføre arbeidet sitt, eller har med seg egne små reiseesker til å utføre håndverket med, er arbeidsprosessen i grove trekk den samme. Smedene benytter esse, ambolt, hammer og tang til å utføre arbeidet. Vanligvis har de og en bøtte med vann til å kjøle det varme metallet. Arbeidsstykket er vanligvis en ferdigprodusert stang eller lignende av jern, som legges i det glødende kullet til det når riktig temperatur for å kunne bearbeides. Temperaturen vises ved at jernet skifter farge på en skala fra mørkerødt til lysegult. Når jernet er lysegult er det mykt nok til å lett kunne hamres eller bøyes til ønsket form. Selv om smiingen må foregå raskt, fordi metallet raskt kjølnes og må varmes på nytt, er det likevel et tidkrevende håndverk. Smeden på Nordisk vikingmarked brukte to dager på å bearbeide en klump jern til å ligne en øks. Selv da gjenstod finarbeidet som å sette inn egg, slipe den skarp og skaffe øksen.

«En ting er jo håndverkskunnskaper, at de kan det de gjør, nå er det jo en forskjell på å være en håndverker som produserer for salg og en håndverker som jobber på museum sånn som her. For først må de jo kunne sitt fag. Men det er ikke nødvendigvis det viktigste at de er verdens beste smed eller verdens beste treskjærer. Det handler om formidlingsevne og serviceinnstilling, for de er ikke her for å produsere det fineste, de er her for å formidle håndverket sitt»
(IntervjuVegard2018).

Vi ser her et syn på håndverkere og artister som formidlere av historisk kunnskap. Formidling blir innenfor museumssektoren forstått som både historiebruk i form av håndverkspraksiser, og evnen til å kommunisere godt med publikum om det man gjør. Smedene som jobbet i smia under markedet brukte store deler av tiden sin til å fortelle om håndverket. De oppfordret publikum til å stille spørsmål mens de arbeidet, og spørsmålene ble igjen utgangspunktet for ulike fortellinger om smedhåndverket. Fortellingene dreide seg i liten grad om beskrivelser av teknikk, men fokuserte på lange historiske linjer med eksempler fra flere historiske epoker. På denne måten skapte smedene sammenhenger mellom nåtidens og

fortidens smeder. Man kunne fra publikums perspektiv oppfatte håndverket nesten som en kulisse som skapte stemning til fortellingene om håndverk og historie.

Tanken om håndverkeren som artist på en scene går igjen blant arrangørene av Gudvangen vikingmarked.

«Du skal og gjøre dette publikumsvennlig. Du skal oppleve. For eksempel når du kommer inn i smia. [...] Den ville jo aldri vært så stor i vikingtid, men det er ikke det som er greia. Her handler det om god formidling, at folk skal ha plass til å komme inn og oppleve å være på en scene. For å si det på den enkle måten, har du et teaterstykke så sitter du i salen og skuespillerne ser ut mot publikum. Dette er ikke et skuespill, for det er ekte vare, det er jo folkene som jobber her [...] Men det er samme tankegangen. Det skal være publikumsvennlig når du formidler (IntervjuFrode2018)».

God formidling i Njardarheimr innebærer med andre ord at det er plass til at publikum kan se det som foregår. Under Gudvangen vikingmarked gikk guidene rundt med grupper på ti-tolv besøkende og fortalte om ulike aspekter ved vikingtiden relatert til bygningene som var satt opp i byen. I smia kunne guiden ta med seg hele gruppen inn i rommet hvor smeden arbeidet. I motsetning til den trange historiske smia på Lofotr, var det her godt med takhøyde og gulvplass. Guiden kunne fortelle mens smeden konsentrerte seg om arbeidet.

Man ser altså en forskjell mellom formidlingsstrategiene på Lofotr og Gudvangen. På Lofotr er det håndverkeren som formidler direkte til publikum både gjennom handling og fortelling. I Gudvangen var der derimot guiden som sto for fortellingen, mens smedens arbeid kunne oppleves av publikum. Smeden blir her oppfattet som en håndverker som bidrar til formidlingen ved at besøkende kan oppleve håndverket i praksis, mens guiden gjennomfører formidlingen til de besøkende. Guidens fortellinger dreide seg heller ikke om håndverksteknikker, men om smedens rolle i det historiske vikingsamfunnet.

Njardarheimr er et unikt tilfelle i vikingmiljøet i Norge. Her har et vikingmarked blitt til en permanent vikingby som er laget for at håndverkere skal ha et sted å utøve håndverket sitt. Overgangen fra å være et marked arrangert av frivillige aktører til å bli et marked arrangert av profesjonelle som også driver Njardarheimr som et historisk senter på fulltid har ført til at formidlingen rettes mot internasjonale turister. Tanken er å benytte inntekter fra turisme til å finansiere kultur.

«Vi er nødt å betale dette av egen lomme, og da må vi bruke en kommersiell tankegang, men så er det og dette at vi har et kulturelt hjerte. Dette som er greia med hele byen er at vi jobber for å lage et mekka der vi tar vare på fortiden. Vi mener det er verdens beste måte å ta vare på historie, å ta vare på håndverkene, rett og slett.

Nå har vi turister og eventkunder som vi henter inn kronasjer på, så bruker vi det vi henter inn på kultur. Alle som har dette her som verdens kuleste sandkasse å leke i, sant. Vi kan arrangere kursing til en pris der folk faktisk har råd til å delta.

(IntervjuFrode2018)»

I praksis vil dette si at hele byen er bygget med tanke på formidling til store grupper av besøkende. Dette blir oppfattet som nødvendige kompromisser som gjør at man kan finansiere det som er ment å være en kulturell arena.

5.1.2 Nødvendige anakronismer

Smiene på vikingmarkeder er vanligvis innrettet med moderne vifter og brannslukningsutstyr. Disse anakronismene er moderne nødvendigheter som sikrer at man kan ha ansatte håndverkere i smiene.

«Vi har gjort noen kompromisser i smia. For å kunne ha en smed her oppe på fulltid, så er vi avhengige av at smia produserer selvstendig, sånn at vi er avhengige av å kunne ta på oss oppdrag for lokalbefolkningen, og at det er effekt i smia. Så vi har valgt å gjøre noen kompromisser. Blant annet har vi en luftvifte under essa. Vi har noen moderne verktøy på bakrommet, og noen moderne verktøy i et annet verkstedlokale som jeg bruker på vinteren, det tillater oss å utføre oppdrag på stor eller liten skala, for eksempel porter, gjerder. Man hadde ikke hatt kapasitet til det, det hadde blitt altfor dyrt, hvis man hadde en smed på fulltid og brukte gamle metoder (IntervjuAnders2018)».

For å kunne svare til dagens krav til kvalitet, må moderne verktøy og moderne jernkvaliteter brukes når smedene skal smi gjenstander på bestilling til kunder. Det har blitt gjort forsøk med å brenne mile for å produsere eget jern blant annet på Lofotr, men da i forbindelse med faglige undersøkelser (IntervjuVegard2018). Selv om vikingmiljøet har selvhjulpenhet som ideale, er det for ressurskrevende å produsere sitt eget jern til at det er noe som gjøres i noen særlig utstrekning.

5.2 Håndverk som tradisjon

Tradisjon er praksiser som overleveres mellom mennesker (Eriksen&Selberg2006: 217). De praktiske kunnskapene som fortsatt videreføres gjennom tradisjonen uttrykker både lokal og nasjonal identitet, samtidig som de og skaper forbindelser mellom fortiden og nåtiden (ibid: 77). Ved å male rosemaling, spille langeleik, bake kvæfjordkaka, eller joike, uttrykker vi hvem vi er. Denne identiteten er forankret i historien. Vi utfører handlinger som har blitt til mange generasjoner før oss, de binder oss til fortiden, og skaper en opplevelse av kontinuitet. Men

tradisjonene endrer seg også (ibid:217). Det er ikke sikkert at den første kvæfjordkaka ble bakt akkurat slik det er vanlig å bake den i dag. Det finnes også lokale varianter. Disse endringene er det som holder tradisjoner i live. Vi tilpasser handlingene våre til det livet vi lever. Handlinger som ikke lar seg tilpasse, slutter å være vanlige (ibid:). Det er for eksempel ikke så vanlig å rise kyrne når man slipper de ut av fjøset på våren lengre (Solheim 1944), riset pynter vi heller med fjær og setter i krukker til fastelavn.

På samme måte endrer håndverkstradisjonene seg. Noen ganger endrer de seg på grunn av teknologiske fremskritt, som da det på 1950-tallet ble mulig å ha elektriske verktøy i smia (Eikehaug 2006). Andre ganger endrer de seg med den ytre samfunnsstrukturen, som da yrkesskolene tok over for hjemme opplæring i smiing (ibid). Det at smiing mot slutten av 1970-tallet ble mindre vanlig som yrke har ført til at man undret seg på om håndverkstradisjonen var i ferd med å dø ut (Olsen 2009, m. fl). Men smiingen døde ikke ut, håndverkstradisjonen endret seg med tiden. I dag kan vi igjen høre sangen i ambolten og se glødeskallet gnistre, om man besøker et av de mange vikingmarkedene som arrangeres om sommeren. Smedene man møter her har ikke simpelthen videreført smiing slik den ble utført i forrige generasjon, de har tilegnet seg ny kunnskap, kunnskapen om hvordan smiing ble utført for tusen år siden.

Håndverk er en form for historiebruk som viser sammenhengene mellom vikingtid, det norske tradisjonssamfunnet og nåtiden. Tradisjon kan forstås som et system som i motsetning til den moderne verdens hyppige endringer, innehar en stabiliserende kraft i kulturen (Eriksen&Selberg 2006). Men tradisjon er også et helhetlig system for læring, der lærlingen er til stede i samme lokalitet som læreren, og slik kan herme etter det som gjøres (Breiset 2013:41). Denne formen for læring muliggjør tradering av teknikker, arbeidsstillinger og rekkefølger i arbeidet, men også verdier og holdninger. Der tradisjonell opplæring tidligere ble forbundet med overføring av kunnskap innad i familier, oppfatter man i dag også håndverksutdannelse hvor en lærling følger en mester i faget som del av håndverkstradisjonen. Prinsippet i praktisk overføring som opplæringsform trenger dog ikke være knyttet til institusjoner som familie eller bedrifter. I alle miljøer hvor man har anledning til å følge en annen over tid, kan tradering finne sted. Vikingmarkedene er for smedene en del av deres læringslandskap hvor de utveksler kunnskap seg imellom, samtidig som denne kunnskapen og oppfattes som en formidling av historie.

Tradering av kunnskap og verdier er også knyttet til kulturelle grupper. Innad i vikingmiljøet traderes både fortellinger, holdninger og håndverksteknikker. I dette miljøet har traderingen også elementer av tradisjonsoverføring i gammel betydning, ettersom barn blir født og vokser

opp som del av vikingmiljøet. Det vokser med andre ord opp en generasjon vikinger som har fått kunnskapen om håndverket nedarvet fra sine foreldre.

Vi kjenner håndverkeren, det er i et historisk perspektiv ikke så lenge siden smiene glødet på gårder og kaier i norske tettsteder. I det øyeblikket de profesjonelle smedene forsvant i møte med moderne industri, begynte de gamle som vokste opp med håndverkere å snu seg tilbake til denne kunnskapen (Breiset 2013:39, Olsen). Husfliden og håndverksinstituttet ble opprettet for at den norske kulturarven skulle ha en plass å leve (Breiset m.fl. 2013). Da vikingmarkedene begynte å spre seg, fantes det allerede et miljø av vevere, smeder, nålebindere og båtbyggere som lette etter arenaer hvor de kunne dele sin kunnskap med andre, yngre mennesker. Noen av disse trakk til vikingmarkedene og la grunnlaget for den levende håndverkskulturen vi finner på disse arrangementene i dag (IntervjuGeorg2018). Historiebruk innebærer at man benytter elementer fra historiekulturen i ulike sammenhenger (Aronsson 2009). Håndverk er en form for historiebruk ved at man benytter praktisk kunnskap som er tradisjonelt overført gjennom kunnskapsinstitusjoner, familie og andre læringsfellesskap for å utøve håndverket. Tradisjonen skaper slik en kunnskapsbro mellom fortiden og nåtiden. Begrepet tradisjon kan forstås på ulike måter. Der det tidligere betød noe som var overlevert uendret over flere generasjoner innad i en familie, i tråd med tidligere forskeres syn på fortiden som statisk, har i dag begrepet en mer dynamisk betydning. Det er noe uforanderlig i tradisjon. Men tradisjon er også i stadig forandring. Kulturviterne Anne Eriksen og Torunn Selberg skriver i boken «Tradisjon og Fortelling: En innføring i folkloristikk» (2006) at tradisjonen dør når den ikke lenger er aktuell. Dette kan forstås som at tradisjonen aktualiseres gjennom å bli utfordret og møtt med ulike kulturelle erfaringer. Tradisjon har blitt forstått på ulike måter, som kulturell arv overført via generasjoner, eller som konstruerte sammenhenger mellom fortid og nåtid. Tradisjon som begrep kan altså forstås diskursivt som systemer for meningsskaping, eller naturalistisk, som en iboende egenskap ved konkrete gjenstander eller handlinger (Selberg og Eriksen2006:256). Det er det diskursive tradisjonsbegrepet som er relevant i denne sammenhengen.

Håndverk kan bare være en tradisjon om kunnskapen overleveres mellom mennesker. For at dette skal kunne skje, må håndverkerne inngå i et system hvor denne overføringen kan finne sted. Smedyrket har nesten forsvunnet fra det norske samfunnet på grunn av effektiviseringen som kom med moderne industri. Også 1960-tallets fremskrittstro og holdning til det gamle og tradisjonelle som negativt, må regnes å ha spilt inn på nedbyggingen av de tradisjonelle yrkesfagene (Selberg og Eriksen2006:270). Dette innebærer at systemet for overlevering av smedkunnskap slik det var før 1950, i stor grad er bygget ned. Arenaene for denne overføringen er også færre enn de var. Med det politiske fokuset på håndverk som immateriell kulturarv, som også har blitt normalisert av museer og

håndverkslag, bygges likevel nye arenaer opp. Vikingmarkedene er en slik arena, og inngår i systemet av kunnskapsoverføring som i dag finnes for smedhåndverket.

Når noe overføres fra en til en annen, kalles det tradering. Denne prosessen innebærer at hvert ledd endrer innholdet og tilpasser det til sitt bruk. I dag foregår ikke tradering bare i familier, det foregår gjennom kurs, via YouTube kanaler, på tvers av riksgrenser og kommuner. På denne måten blir vikingmarkeder, festivaler og byer sentere for tradering av håndverk.

5.2.2 Tradering i vikingmiljøet

I Laginder og Stenøiens forskning på hvordan tradisjonell kunnskap læres, kom det frem fortellinger hvor håndverk beskrives som meningsfullt fordi det gir glede å være med i et *anerkjennende fellesskap* (Laginder&Stenøien2015). Som vi har sett i det foregående kapittelet, er vikingmarkeder kilder til ulike typer opplevelser for ulike aktører. Deltagerne opplever stemning, nærhet og frihet fra det moderne. Disse opplevelsene er høyt verdsatt fordi de gir mening til livet.

Smedene som deltok i denne undersøkelsen har ulike bakgrunner, men fellestrekkene ved deres fortellinger om møtet med smiing var at de tilegnet seg kunnskapen både hjemme, på internett og på vikingmarkeder. Disse ulike arenaene for tilegning av håndverkskunnskap kan kalles for smedenes læringslandskap (Stenøien og Laginder2009). For å si det på en annen måte er håndverket en del av smedenes livsverden. Noen valgte å søke seg til formell skolegang, mens andre fikk tradisjonell opplæring i form av å gå i lære hos andre smeder. Alle hadde et syn på håndverk som en læringsprosess som aldri tar slutt, fordi det alltid finnes nye teknikker man kan lære. Læringen var en viktig kilde til mening og glede. Noen kunne fortelle om gode opplevelser med håndverk i oppveksten, gjerne sammen med foreldre eller andre familiemedlemmer:

«Vi har en smie i hagen, hjemme hos mamma og pappa. Han lærte det på folkehøyskole. Han har jo drevet med det i alle år, og da jeg var tenåring så smidde han masse kniver og sårne ting. Og jeg smidde en bøy. Så det har liksom alltid vært med meg (IntervjuSiri2018).

Gjenkjennelse og opplevelse av kontinuitet kan være avgjørende for å utvikle en interesse for tradisjonelle håndverk (Stenøien&laginder 2009), men de samme opplevelsene er med på å skape og bekrefte identitet, derfor kan det å bli introdusert til et håndverk i ung alder, gjøre det mer sannsynlig at man og vil fortsette med det gjennom livet (Breiset2013:39). Dette er ikke bare fordi man har blitt introdusert til håndverket som fenomen, at man vet at det finnes. Men også fordi håndverk er det man kaller handlingsbåren kunnskap. Det betyr at

kunnskapen om håndverket ligger i utførelsen; smedens kunnskap ligger i smiingen selv (Falk2013:117). Det vil si at man tilegner seg håndverkskunnskap ved å bruke tid sammen med andre håndverkere, enten de er profesjonelle eller utfører håndverk på hobbybasis. Siri tilegnet seg håndverkskunnskap ved å tilbringe tid i smia sammen med faren sin, selv om hun ikke nødvendigvis er bevisst på denne prosessen: «Plutselig jobbet jeg som smed. Jeg har jo ikke lært det noe sted. Men jeg er jo handy, så jeg får til sånne ting, det er jo det jeg er flink til (IntervjuSiri2018)». Opplevelsen av å være «handy» viser den kroppslige læringen. Kunnskapen om hvordan å te seg i en smie sitter i kroppen.

5.3 Håndverk som kulturarv

Kulturarv er både materielle og immaterielle praksiser, steder og ting som aktualiseres som verdifulle i samtiden. Man kan forstå kulturarven som et utvalg av elementer fra historiekulturen. Vikingtidens materielle og immaterielle levninger kan forstås som kulturarv fordi vikingtiden representerer den norske kulturens opprinnelse, men Kongesagaene, Borrehaugene og Osebergskipet regnes også som verdensarv. Kulturarv er med andre ord også det som har internasjonal verdi. Håndverkets tilknytning til vikingtiden, samt traderingen av håndverkskunnskaper som har foregått gjennom generasjoner, gjør også tradisjonshåndverk til kulturarv. Håndverk er immateriell kulturarv som er viktig å verne fordi det er en unik form for kunnskap. Kulturarv forsterker de forestilte fellesskapene mellom fortiden og nåtiden når den blir aktualisert (Eriksen&Selberg2006: 120,122, 247). Det å utføre håndverk er med andre ord både å ivareta kulturarven, og forsterke fellesskapet med fortiden.

I de to forrige århundrene ble kulturarven benyttet som middel til å forme den kollektive, nasjonale identiteten knyttet til det å være norsk (Selberg2002: 9-31). I dag er kulturarven forstått som grunnleggende i å forme også lokale og individuelle identiteter som kan være både fleksible og transnasjonale (Unesco 2020).

I 1987 ble Håndverksregisteret på Maihaugen opprettet, og har siden stått sentralt i forskningen på tradisjonshåndverk og handlingsbåren kunnskap. Organisasjonen heter i dag Norsk Håndverksinstitutt og har siden 2010 vært rådgivende organisasjon for UNESCO i forbindelse med konvensjonen om bevaring av immateriell kulturarv (Handverksinstituttet 2019). Praksisene som i dag blir forstått som immateriell kulturarv har derfor i lengre tid blitt forstått som *handlingsbåren kunnskap* innenfor den norske museumssektoren. For at en kulturell praksis skal overleve trenger den å ha offentlige arenaer hvor kulturutvekslinger mellom ulike grupper kan foregå (Velure 2013, Breiset 2013). Friluftsmuseene fungerte tidlig som kulturelle arenaer for å bevare immateriell kunnskap gjennom praksis. Det er fortsatt vanlig at museer arrangerer kurs i håndverk, matlaging eller andre samlinger hvor kulturarv

utveksles. I 2007 ratifiserte Norge UNESCOs konvensjon om vern av immateriell kulturarv (Velure 2013, Bjørgen& Gausal 2013). Dermed er staten pålagt et ansvar om å bevare og tilrettelegge for denne typen kunnskap, ikke bare fordi den uttrykker en norsk nasjonal eller lokal identitet og tilhørighet, men også fordi den immaterielle kulturarven oppfattes som av internasjonal verdi, på lik linje med UNESCOs vern av enkelte naturområder. I artikkelen «Å stille ut handlingar. Immateriell kulturarv på museum» (2017) setter Per Magnus F. Sandmark historien til de nordiske friluftsmuseene i sammenheng med utviklingen av begrepet immateriell kulturarv. De første skandinaviske folkemuseene samlet gjenstander og bygninger som skulle vise ikke bare de materielle gjenstandene, men tradisjonell skikk og bruk. Både skrevne utstillingstekster og levende formidling blir benyttet for å vise både hvordan tingene så ut, og i hvilke sammenhenger de ble brukt (Sandmark 2017). Kunnskapen om tingenes praktiske funksjoner og meningsrelasjoner ble først omtalt som tradisjon (ibid). I løpet av 1990-tallet ble begrepet handlingsbåren kunnskap også tatt i bruk. Denne benevnelsen blir i løpet av de neste tiårene synonymt med immateriell kulturarv (ibid). Den immaterielle kulturarven får en også internasjonal verdi av UNESCO konvensjonen. En av definisjonene UNESCO benytter for å beskrive immateriell kulturarv lyder slik:

«Cultural heritage does not end at monuments and collections of objects. It also includes traditions or living expressions inherited from our ancestors and passed on to our descendants, such as oral traditions, performing arts, social practices, rituals, festive events, knowledge and practices concerning nature and the universe or the knowledge and skills to produce traditional crafts.» (Unesco 2018)

Kulturarv forstås ikke lenger utelukkende som de materielle gjenstandene i seg selv, men også de tanker og prosesser de har sammenheng med. Tradisjoner blir her oppfattet som levende uttrykk som er nedarvet diakront gjennom generasjoner, men dette innebærer også de sosiale og kulturelle kontekstene tradisjonen befinner seg i. Dette synet på tradisjon som levende inkluderer for eksempel kunnskapen om *hvordan* man utfører et håndverk, men også fortellingene som er knyttet til håndverket og kunnskapen om når disse fortellingene aktualiseres. Det faktiske vernet av immateriell kulturarv må derfor også skje i handlingsfellesskaper som også er åpne arenaer med rom for bruddflater og spenningsfelt (Falk&Feldborg2016, Eriksen&Selberg 2006:219).

Det er menneskene som utøver tradisjonell kunnskap som håndverk, musikk eller dans som holder kulturarven i hevd ved å tradere den (Eriksen og Selberg2006:217). I traderingsbegrepet ligger det et kreativt aspekt. Når man traderer et håndverk gir man tradisjonen en bit av seg selv. Noe som er gjenkjennbart som håndverkerens, fortellerens

eller artistens stil. Over tid er det disse elementene som blir gjenkjennbare som særtrekk ved kulturer og epoker, slik som for eksempel Borrestilen fra vikingtiden.

Immateriell kulturarv er et begrep som knytter sammen kulturinstitusjoner som museum, og utøvere innen ulike kulturelle grupper, med den globale politikken (Sandsmark 2017).

«Både kunnskap, læring og kultur har det til felles at det påstås å ha en egenverdi. Og kulturengasjerte mennesker argumenterer gjerne for at kulturaktiviteter har en slik verdi i seg selv. I den offentlige kulturpolitikken er imidlertid ikke dette nok. Dermed henvises man ofte til å argumentere for at kulturaktiviteter kan forebygge for eksempelvis sosiale problemer, for at midler til prosjekter og økonomisk støtte skal gis (Thommessen & Stenøien 2009).»

Dette kulturpolitiske synet på kulturaktiviteters verdi illustrerer en bit av den større konteksten vikingmarkeder og smeder inngår i. Når man engasjerer seg i å arrangere markeder som formidler fortiden vil man oppdage de ulike måtene man er nødt å legitimere arrangementet på for å tiltrekke seg investorer og midler. Vi har sett på to av perspektivene som inngår i arrangementen av vikingmarkeder, begge benytter ulike grep for å legitimere vikingmarkedene som autentiske, enten det er som arena for opplevelsessturisme, eller som arena for læring om historie. Vikinglagene kan også forstås som frivillige organisasjoner som driver med håndverk.

«Det går jo først og fremst på håndverket, det er det som trekker folk til vikinglagene, og det vil si at vi blant annet trekker mange eldre, for det er eldre som er opptatt av at gamle håndverk skal tas vare på, fordi man er redd for at de skal dø ut, for eksempel smifaget. Det er veldig få smeder igjen som jobber med historisk verktøy (IntervjuGeorg2018).»

Håndverket representerer en immateriell arv fra fortiden, som er viktig å bevare fordi den gir identitet og skaper en følelse av kontinuitet mellom fortid og nåtid. Njardarheimr representerer den siste utviklingen innenfor det norske vikingmiljøet ved at de her har blitt mulig å finansiere flere stillinger for håndverkere. De som har arbeidet med å få til en vikingby i Gudvangen verdsetter kulturarven. De ønsker å bevare kunnskapen om vikingtid og tradisjonshåndverk ved å skape en arena hvor håndverkere kan tradere og formidle håndverket sitt.

«Jeg er opptatt av å holde håndverkene levende, men jeg er ikke noe håndverker selv (IntervjuGeorg2018).

De norske vikingmarkedene kan dermed forstås som et nettverk av kulturelle arenaer hvor immateriell kulturarv bevares og traderes. Deltakerne er ikke bare formidlere av historisk

kunnskap, men også tradisjonsbærere som er med på å skape og bevare kunnskapen om ulike tradisjonshåndverk.

5.3.1 Autentisk håndverk

Man benytter historisk kunnskap, enten av praktisk eller teoretisk art for å skape gjenstander som oppleves som autentiske i vikingmiljøet. Autentisitet oppfattes både visuelt og strukturelt. Kunnskapen om *hvordan* å smi er derfor like viktig som kunnskapen om *hva* man kan smi. Utfordringen ved å lære seg historisk smiing handler om å mestre teknikken i den grad at det man smir fungerer slik det er tenkt.



Salgsbod med håndsmidd verktøy, ildstål og pilspisser Foto: J. Felizia Sara Skree

Smeden på vikingmarkeder skaper praktiske gjenstander. En jerngryte trenger å være tett og lett å rengjøre for å fungere som kokeredskap. En øks trenger å være skarp og riktig herdet for å kunne benyttes til å hugge ved. Det hjelper ikke at gjenstanden *ser ut* som en vikinggryte eller en vikingøks, om de ikke oppfyller sine praktiske funksjoner som gryte og øks. Dette er noe nybegynnervikinger som søker å spare penger hos «supermarkedene» raskt erfarer.

Håndverket som praktiseres på vikingmarkedene er ikke overføring av uendret historisk kunnskap, men en tradering hvor ny kunnskap om historiske materialer og teknikker flettes inn i den allerede eksisterende håndverkstradisjonen. Det er for eksempel tvilsomt at det ble



smidd like mange S-kroker i vikingtiden, som i dag. S-kroken er et hendig redskap som benyttes til å henge opp både klær og kokekar, den er også en fin første utfordring for noen som skal lære seg å smi, fordi man rett og slett bøyer en jernstang til en S.

Bildet til venstre viser en smed i ferd med å tilvirke en S-krok på bestilling fra en deltager. Etterspørsel fra vikingene er også med på å skape et marked for smedene og forme hva de skaper.

Arkeologiske funn og historiske beskrivelser blir brukt som kilder til kunnskap om det visuelle utseendet på smidde objekter. Men selv om håndverksteknikker ellers blir ansett som en del av det som gjør en gjenstand autentisk, er det overraskende lite rekonstruksjon av håndverksteknikker innen smiing.

For eksempel smis kniver med eggstål og Borax, en teknikk som kom fra England til Norge på 1700-tallet og kalles brunsveising¹² (Fæhn&Holte1987). Det var ingen av håndverkerne jeg møtte som hadde eggverktøy som måtte tynsles¹³, slik for eksempel

ljåene måtte før kunnskapen om brunsveising kom til Norge (ibid). Det foregår derimot en slags baklengs utforskning på vikingmarkeder der smedene tester ut ulike materialer og verktøy for å se om de kan etterligne resultatene i moderne smiing med det utstyret som var tilgjengelig i den historiske vikingtiden.

Jeppe var spesielt interessert i historiske arbeidsstillinger. Han mente at smeden i vikingtid antakeligvis satt og smidde (IntervjuJeppe2018). Dette mente han på bakgrunn av at de arkeologiske funnene fra perioden ikke inneholder de store amboltene som er vanlig å se i smiene i dag, og at smeder i andre kulturer sitter når de arbeider. Amboltene som er funnet er så små i forhold til dagens standard at man kan lure på hvordan man i vikingtiden fikk til å produsere større objekter som for eksempel sverd. Anders mente på den andre siden at mengden jern i en ambolt ville gjort den verdifull nok til at vikingtidens større ambolter kunne

¹² Denne teknikken kalles brunsveising.

¹³ Tynnsling er en teknikk hvor man hamrer eggen på en ljå eller kniv skarp, istedenfor å slippe den.

blitt holdt i bruk helt til moderne tid. Disse ulike historiesynene illustrerer en generell oppfatning om at smedhåndverket ikke har endret seg noe særlig siden vikingtiden.

«Man begynte å smi i Danmark og sikkert i Norge i ca. år 230, da har man jernalderen sier man. Om man tar en forhistorisk smed til en moderne smie, så vil han kunne jobbe der straks. Stå oppreist og se for en stor ambolt! Wow! Men hammerne og tengene, de originale funn vi har fra jernalder og vikingtid de ligner de vi kjøper i dag. Det er noen få endringer men prinsippet er det samme. Ofte så er det slik med verktøy at de endrer seg veldig lite, så om man lager masse verktøy, så kan man ikke, du kan ikke oppfinne mer på en kniv (IntervjuJeppe2018)».

De fleste smedene kunne si noe om hvordan kvaliteten på jernet man får kjøpt i dag er dramatisk forskjellig fra myrmalmen man grov etter i jernalderen, men den praktiske kunnskapen om *hvordan* å smi, ble oppfattet som identisk med håndverkstradisjonen ellers. Jeppe var den eneste av informantene som hadde eksperimentert med sittende arbeidsstilling, men han påpekte at det ikke er lett for en moderne kropp å tilpasse seg et så ulikt bevegelsesmønster enn det man er vant med. Den moderne vestlige livsstilen hvor vi beveger oss fra møbel til møbel, gjør kroppen ukomfortabel med å sitte på bakken over lengre tid. Det er med andre ord nødvendige anakronismer også i den immaterielle delen av håndverkstradisjonen.

Oppsummering

Smiing er en del av den norske håndverkstradisjonen som også forstås som immateriell kulturarv. Det er teknikkene, praksisen og bevegelsen i arbeidet som fra et kulturarvsperspektiv anses som bevaringsverdige. Når vi tenker på smiing som håndverkstradisjon er det kanskje mest nærliggende å tenke på 1950-tallet yrkessmeder, men kunnskapen om smiing oppfattes i vikingmiljøet som noe som har blitt overlevert mellom generasjoner siden vikingtiden og frem til i dag. Dette er med på å gjøre smiingen til et håndverk som forsterker et vikingmarkeds autentisitet. Vikingmiljøets doble bruk av ordet autentisitet gir mening i dette tilfellet, det å smi er å oppleve noe ekte, det gir en følelse av sammenheng mellom fortiden og nåtiden for håndverkeren. Man skaper noe på samme måte som andre har skapt den samme tingen for tusen år siden. Men smiing anses også som en måte å produsere historisk riktige gjenstander på, med historisk riktige teknikker. Dette fører til at smeder får høy status i vikingmiljøet, og det har blitt arbeidet for å skape permanente arenaer hvor man kan ansette smeder.

5.2.1 Vikingmarkeder som læringsarena

Fordi dette miljøet er interessert i formidling hvor både teknikker og visuell utforming helst skal kunne dokumenteres som historisk korrekt, benytter smedene seg av vikingmiljøets nettverk for å utvikle sine kunnskaper. Anders forteller for eksempel hvordan han kjenner en arkeolog han ville kontaktet om han fikk i oppdrag å lage sverd fra vikingtiden (IntervjuAnders 2018). Denne kunnskapen utveksles hovedsakelig internt i vikingmiljøet, for de besøkende vil den ikke være like tilgjengelig. Men kunnskapen bakes inn i det som lages gjennom teknikk og utforming.

«Når det gjelder publikum så er det hovedsakelig håndverket vi formidler, kan du si. Og ikke autentisiteten til en esse eller en bygning eller en bygning som smia, av den enkle grunn at det aldri er funnet en hel smie [fra vikingtiden] noe sted. Vi kan anta ting og basere ting på antagelser og basere ting på forskjellige funn, men det vil aldri være hundre prosent (IntervjuAnders2018)».

Smedene lager gjenstander på bestilling fra andre deltakere, lærer teknikker av hverandre, og deler både teoretiske og praktiske kunnskaper om sine interessefelt. De smedene jeg snakket med i min undersøkelse fortalte om hvordan de hadde lært teknikker av andre smeder på markeder, men også om hvordan de hadde utvekslet ulike historiesyn ved å diskutere teknikkenes autentisitet. Håndverket blir også historiebruk ved at deltakere på vikingmarkeder benytter gjenstander som telt, kokekar og andre redskaper som er produsert for hand. Denne produksjonen kan de, som i Jeppes tilfelle stå for selv, eller de kan kjøpe håndverk av andre. Teltleirene er om vi ser på dem fra et profesjonelt formidlingsperspektiv iscenesettelser av fortiden som benyttes til å formidle historisk kunnskap, men fra deltagernes perspektiv er de og utstillinger som viser deres praktiske evner og historiske kunnskap til de andre deltagerne. Idealet om vikingtiden som en tid da verdier knyttet til håndverksskikkelighet vises gjennom deltagernes bruk av historisk kunnskap. Historiebruken viser med andre ord et historiesyn hvor fortiden symboliserer verdier som står i motsetning til det moderne. Men vikingtiden idealiseres også som et samfunn som la grunnlaget for tradisjonell overføring av solide verdier moderne mennesker gjør klokt i å huske og videreføre.

Flere av smedene i denne undersøkelsen reiste til markeder hvor de visste at de kunne møte smeder med andre kunnskaper enn dem selv. Jeg møtte Siri på Lofotr, hvor hun fikk muligheten til å lære en teknikk kalt damasksmiing, som består av å kombinere ulike typer stål og jern i ett stykke, slik at det blir vakre mønstre i det ferdige knivbladet. Hun lærte dette ved å observere smeden på Lofotr i arbeid. I denne observasjonen tilegnet hun seg sekvensene i prosessen med å forme et damaskblad, nøyaktig nok til å kunne gjenskape

prosessen i sin egen smie i etterkant (IntervjuSiri2018). Den kroppslige erfaringen gir rom til å bygge på håndverkskunnskaper. Siris observasjon av damasksmiing var vesentlig annerledes enn de besøkendes observasjon i den samme smia. Ikke bare var formålet med å være der ulikt, men også den fysiske opplevelsen. Hun gikk målrettet inn bak pleksiglasset og ble en deltaker i smia, heller enn å bli stående på den andre siden som en besøkende.

Jeppe begynte å utforske håndverk i forbindelse med lærerutdanning i Danmark, hvor fag innen sløyd og håndverk førte til en interesse for historisk rekonstruksjon. Denne interessen ble oppdaget av hans lærer som oppfordret ham til å besøke et lokalt vikingmarked. Jeppe forteller entusiastisk om sitt første møte med de danske vikingene: «Og så syklet jeg opp og kom inn på markedet og så, vet du hva, jeg var fullstendig solgt (IntervjuJeppe2018)». Han ble raskt en del av det danske vikingmiljøet. For ham ble dette en inngang til en bredere interesse for håndverk fordi vikinglaget oppfordret sine medlemmer til å lage det meste av utstyret sitt selv.

«Men det er ikke bare ting i jern man skal ha når man starter som viking, det er jo også klær og sko og alt det her. Så det blir som en delt interesse for historisk håndverk generelt. Fordelen det er å kunne smi, og dyktiggjøre seg i det, det er at da kan man også lage de verktøyene man bruker for å lage andre ting. Det er det jeg synes er aller mest spennende, det er faktisk å lage verktøy. Jeg har noen ting jeg har samlet opp hist og pist, men ellers har jeg laget det selv. Alt av treverktøy som jeg bruker, kniv og økser og høvler og sånt det har jeg laget selv (ibid)»

Det å lage ting selv, å forme og skape ting man kan bruke gir mestring og status i vikingmiljøet. Det praktiske fellesskapet i det danske vikingmiljøet nærer en bred interesse for historisk håndverk. I teltleiren på Nordisk vikingmarked kunne Jeppe vise frem både håndsydd telt, hjemmesnekrede reisekister og håndsydde klær i tillegg til et fullt sett av verktøy han selv hadde laget.

Men håndverket kan og settes i sammenheng med opplevelse av flyt og overskudd:

«Men jeg får til liksom det jeg har satt meg fore. Med større eller mindre raffinement. Det blir jo noe av det, og det er på en måte bare kroppen som gjør det, det er bare hendene som jobber litt sånn på egenhånd. Det er litt sånn mental hygiene også, men samtidig er det et overskuddsfenomen. Det er ikke noe jeg orker å gjøre hvis livet er fullt av stress (IntervjuSiri2018)».

For smedene gir praktiseringen av håndverk alene eller sammen med andre meningsbærende opplevelser. Det er mental hygiene, det er glede og nysgjerrighet, engasjement og sosialt fellesskap. Håndverkerne i denne undersøkelsen beskriver

opplevelser hvor tiden forsvinner i det man fordyper seg i arbeidet. I denne tilstanden er man ikke et tenkende eller reflekterende menneske, opplevelsen av flyt i håndverk vil si å gå i ett med handlingen. Kroppen arbeider av seg selv. Dette skjer når man mestrer håndverket.

«Du kan ditt håndverk når du lager akkurat det samme gang på gang. Det krever trening, det kreves det som kalles «muscle memory», og det krever at man gjør jobben mange, mange, ganger. Det synes jeg er litt morsomt, jeg tar det som ros når folk sier at det [jeg har smidd] ligner på noe du har kjøpt i en eller annen butikk (IntervjuJeppe2018)»

Håndverket kan slik fremstå som en introvert aktivitet som ikke egner seg til formidling fordi håndverkeren er for dypt konsentrert til å ense sitt publikum. Likevel består formidlingen på vikingmarkeder hovedsakelig av ulike håndverk. Dette er fordi håndverk også er en sosial aktivitet.

Som vi har sett i det foregående kapittelet kan deltagelse i sosiale grupper som vikinglag gi og bekrefte identiteten «viking». Selv om dette i utgangspunktet er en fleksibel og åpen identitet, som ikke er begrenset til etnisk tilhørighet eller slektskap, er det likevel spenninger i miljøet hvor internasjonale deltakere søker å opprette andre identiteter med grunnlag i sine historiske kulturer. Interessant nok var det heller ikke alle smedene som forstod seg selv som «vikinger». Fordi det norske vikingmiljøet preges av de mange vikinglagene som i praksis er historiske håndverkslag, er det lett å oppfatte smedene som en gruppe håndverkere som har utviklet seg ut ifra vikinglagene. Dette var dog ikke tilfellet. Interessen for håndverk hadde stort sett vært en del av håndverkernes liv forut for deres kjennskap til vikingmiljøet. I noen tilfeller utviklet disse interessene seg parallelt. Smedene beskrev dog vikingmarkeder som en positiv del av deres læringslandskap. Smedene opplever at det er verdifullt å lære håndverk direkte fra andre håndverkere.

«Det er jo perfekt å kunne stå der ved siden av noen å lære dette håndverket. Det krever at man har en viss ydmykhet om det. Jeg er veldig bevisst på at jeg ikke er verdens dyktigste smed. Visst er det noen som er bedre enn meg. Jeg har ikke hatt problemer med å få folk som er bedre enn meg til å vise meg ting og lære av dem (IntervjuJeppe2018)».

Det å lære gjennom praksis i et håndverkfellesskap er essensielt for å tilegne seg håndverkskunnskap (Breiset2013: 41, Laginder&stenøien2015). Men slike sosiale fellesskap gir også håndverksidentiteter på samme måte som vikinglagene gir identiteten «viking». Smedene opplevde vikingmarkedene som særlig positive til utveksling av kunnskap i motsetning til andre håndverksfellesskaper:

«Men det synes jeg at her i miljøet så har det vendt seg mot en åpenhet, fordi jeg vet godt at om jeg holder noe hemmelig, så er det noen som holder noe hemmelig for meg, og da kommer vi ingen steder. Da blir det slik at ingen kan bli bedre. Men hvis vi deler og lærer av hverandre, så kan man bli bedre (IntervjuJeppe2018)»

Om man kikker nærmere på smeden på vikingmarkedet vil man oppdage at det meste av verktøyet er umiddelbart gjenkjennbart. Smedene fremhever at hammere og tenger har vært laget med samme utforming allerede før vikingtiden og frem til i dag. Dette medfører at bruken av verktøyet også er mye den samme. Man slår med en hammer, man klyper med en tang. Det som derimot ikke i lik grad er bevart er hvordan man hamrer eller klyper. Rytmen og flyten i arbeidet er vanskelig å beskrive, og kan bare læres ved siden av læreren. Den kroppslige kunnskapen om å bruke verktøy læres med alle sansene samtidig. Man hører rytmen i hammerslag, men man føler de og i hendene, i lufttrykket, gjennom føttene. Man kjenner musklernes rytmiske sammentreknings i det man slår. Man lukter og føler varmen i kullet, like mye som man ser rødfargen i stålet skifte mot hvitt i det varmen har nådd brennpunktet for jern. Og man smaker metallet og kullet i luften. I tradisjonell opplæring av smeder er alle disse sansene aktivert samtidig, uavhengig om det er 1920-talls tradisjon eller moderne tradisjon.

Man kan lese seg til kunnskap om herding eller karbonsammensetning i stål, men man må kjenne på varmen for å lære seg å vippe emnet ut av glørne i riktig øyeblikk. For smedene kunne vikingmarkedene bli håndverksfellesskap i det flere av dem møttes på samme sted. For dem bekrefter dermed vikingmarkeder også identiteten «smed». Den positive holdningen man opplever til håndverkskunnskap blant vikingene skaper for smedene en følelse av tilhørighet. Opplevelsen av tilhørighet og fellesskap er med på å gi livet mening. Men hvordan benyttes disse opplevelsene med håndverkspraksis til å skape forbindelser mellom fortiden og nåtiden?

6 Konklusjon

I den vestlige populærkulturen siden 1970-tallet har historie, og da særlig vikingtiden blitt et populært tema. Vikingmiljøet er i dag et komplekst nettverk av ulike grupper og individer som bruker tid og ressurser på å tilegne seg og formidle vikingtidens kultur og historie.

Formidlingen skjer som regel på vikingmarkeder, arrangementer hvor deltagere forsøker så langt det lar seg gjøre å leve som vikinger under arrangementene.

Det har ikke blitt forsket på det norske vikingmiljøets særegenhet før, derfor kan denne oppgaven bare dekke en brøkdel av det komplekse feltet som er norske vikingmarkeder og nettverket de inngår i. Mange aspekter kunne blitt oppgaver i seg selv, slik som vikingmiljøets bruk av internett og sosiale media, eller livsverdenen til de utenlandske EØS borgerne som har sitt levebrød på norske og skandinaviske vikingmarkeder.

Denne undersøkelsen har søkt å besvare hvordan det norske vikingmiljøet benytter håndverk til å skape sammenhenger mellom fortid og nåtid, ved å observere og intervju smeder og arrangører på tre vikingmarkeder. Denne problemstillingen er formet av et innsiderperspektiv. Ved å benytte min egen erfaring som deltaker i vikingmiljøet, har det blitt mulig for meg å synliggjøre et aspekt av levende historieformidling som er så selvfølgelig at det ikke har undersøkt før. Nemlig det at man ikke kan formidle levende historie uten håndverkere som kan produsere klær og utstyr med historisk utseende, materialer, materialer og teknikker. Alle aktiviteter som søker å formidle fortiden gjennom levende historie forutsetter at det benyttes tid på å skape klær og redskaper som gjør formidlingen mulig. En formidler i jeans og t-skjorte driver rett og slett ikke med levende historie.

Det er lett å tenke at de tradisjonelle håndverkene møtte sin bane i løpet av 1970-tallet, fordi de da ble mindre vanlige som yrker. Men tradisjon er foranderlig. Levedyktige tradisjoner tilpasses til den tidsalderen de utøves i (Eriksen&Selberg 2006:234,256).

Håndverkstradisjonen smiing har ikke dødd ut, den har endret seg med tiden. I dag er det siste leddet i smedtradisjonen at den voksende interessen for vikingtid har medført at smeder lærer seg å rekonstruere teknikker fra fjern fortid. Denne utviklingen har bidratt til en begynnende revitalisering av smedtradisjonen i Norge. Der smedene i flere tiår har vært få og spredte mellom landets avkroker, kan man i dag møte flere av de samtidig på de mange vikingmarkedene som arrangeres hver sommer.

Det å være viking, og formidle levende historie kan forstås som en ressurskrevende hobby for middelklasse mennesker med lange sommerferier og en viss kjøpekraft. Men går man nærmere inn i vikingmarkedene og det miljøet som benytter disse kulturarenaene, ser man at dette er mennesker fra alle samfunnsklasser, som har ulike tilnærminger til levende historie. Noen deltar på hobbybasis fordi det er gøy å utøve kampsport med blankvåpen eller delta i

håndverk på fritiden, andre identifiserer seg sterkt med vikingmiljøet og anerkjenner dette som en utvidet familie. Vikingmarkedene har plass til alle.

Det er flere faktorer ved vikingmarkeder som gjør at tradisjonshåndverk som smiing revitaliseres her. Det norske vikingmiljøet skiller seg fra det større internasjonale vikingmiljøet (med unntak av de andre skandinaviske landene), ved at vikingtiden ikke på samme måte er en fremmed, eksotisk kultur. Vikingtiden er derimot en del av den norske opprinnelsesfortellingen, noe som medfører at både den immaterielle og materielle norske kulturarven har sin mytiske opprinnelse her. Håndverket smiing er den del av den norske kulturarven fordi det oppfattes som en tradisjon videreført fra vikingtiden og frem til i dag. Smiing blir sett på som verdifull praktisk kunnskap, ikke bare om hvordan å lage noe av jern, men også om vår teknologiske opprinnelse. Smedene i vikingtiden produserte for eksempel naglene til skipene som ble seilt til både England og Amerika. Vikingen i den norske opprinnelsesfortellingen er med på å forme norske vikingmarkeder som arenaer hvor barnefamilier tar med sine små for å lære om sin egen historie.

Når klær, redskaper, telt og alt annet man omgir seg med på vikingmarkeder skal være autentisk, som i historisk korrekt, er man nødt å lære seg håndverk, eller lære håndverkere å kjenne. Det norske vikingmiljøet oppfordrer sine medlemmer til å lære seg å utøve håndverk selv, men ikke alle har anlegg eller ressurser til å drive med alt. Dermed skapes et marked for håndlagde ting som trekker yrkeshåndverkere fra hele Europa til de norske vikingmarkedene.

Siden det første vikingmarkedet ble arrangert i Norge i 1994 har også vikingmiljøet utviklet seg. Vikingmiljøet er i dag en moderne kulturell arena med internasjonale kontakter. Dette har i løpet av de siste ti årene blitt effektivisert av sosiale media. Dette bidrar til at «vikinghobbyen» også kan ta form av livsstil. I vikingmiljøet er grensene mellom yrke og hobby generelt utydelige, spesielt for håndverkere. Noen lever av å reise mellom markeder som formidlere av håndverksteknikker, eller selgere av sitt eget håndverk. Det at mange håndverkere fra mange ulike land møtes på vikingmarkedene, gjør at de fungerer som kulturelle arenaer hvor håndverk selges, traderes og formidles. Dermed blir også vikingmarkedene læringsarenaer for håndverkere.

Håndverkstradisjonene endrer og utvikler seg i dette dynamiske miljøet, men det er nettopp slike spenningsfelt, mellom kulturer, mellom epoker og mellom ulike verdier som gjør at kultur lever. Vikingbyen Njardarheimr er det nyeste eksempelet på dette. Her har lokale næringsdrivende i Gudvangen bygget en helårsåpen by hvor håndverkere kan leve og utøve håndverket sitt i perioder. Den eneste betalingen som forventes fra håndverkere som benytter byen, er at de stiller seg tilgjengelige for turister i åpningstidene, og følger byens regler for hva som er historisk riktig utstyr. Man kan med andre ord leve nærmest fullstendig

som viking i Njardarheimr. Byen har også to ansatte smeder, som blir lønnet for å smi det byen trenger av utstyr, samt utstyre souvenirbutikken med autentiske varer. Men smedene i Njardarheimr får også anledning til å utføre oppdrag av mer moderne art. Njardarheimr er med andre ord et sted hvor vikingturismen utnyttes til å finansiere tradisjonshåndverket.

Den svenske kulturforskeren Lotta Gustafsson viser hvordan håndverket som selges under middelaldermarkedet på Gotland også er en del av stedets lokale identitetsmarkører.

Håndverket på norske vikingmarkeder stikker også dypere enn det man overfladisk kan se om man besøker et marked. Det å utføre håndverk skaper opplevelser av forbindelse mellom fortiden og nåtiden. Man kan leve seg inn i fortiden og oppleve den gjennom å utføre håndverk. Denne formen for læring blir i vikingmiljøet verdsatt som en måte å nærme seg sentrale verdier som bærekraftighet og naturnærhet. Vikingtiden symboliserer en ideal fortid hvor mennesket levde bærekraftige liv, og klarte seg uten moderne luksusressurser. Det å lære seg et håndverk blir dermed en måte å leve mer miljøvennlig på, fordi man lærer seg å utnytte ressurser som også er nedbrytbare naturmaterialer. På denne måten knytter håndverket fortiden sammen med nåtiden.

Litteraturliste

Alver, Bente Gullveig & Øyen, Ørjar 2007 «Challenges of Research Ethics» i Research Ethics in studies of culture and social life (red) Bente Gullveig Alver, Tove Ingebjørg Fjell og Ørjar Øyen, Academica Scientarum Fennica, Vammala

Aronsson, Peter 2004 «Historiebruk: Att omsätta det förflutna» Studentlitteratur, Lund

Asworth, Gregory 1998 «Heritage, identity and interpreting a European sense of place» i: Contemporary Issues in Heritage and Environmental Interpretation, The Stationary Office, London

Bergstrøm, Audun 2003 Tradisjonsformidling i ei posttradisjonell verd: ei studie av bruk av handverkstradisjonar i dagens samfunn

Beckman, Svante 1993 «Om kulturarvets väsen och värde» I: Modernisering och kulturarv. Essäer och uppsatser. (red) Jonas Anshelm

Bendix, Regina 1997 In search of authenticity. The formation of folklore studies

Bengtsson, Jan 2001 Sammanflätningar Husserls och Merleau-Pontys fenomenologi, Daidalos Göteborg

Bjørgen, Hildegunn & Gausdal, Ranveig Låg 2013 «Kulturrådets arbeid med immateriell kultur» i: Leve kulturarven! Eivind Falk og Dag Feldborg (red) Trondheim, Museumsforlaget

Breiset, Randi 2013 «Ung Husflid» i: Leve Kulturarven (red) Eivind Falk og Dag Feldborg , Trondheim Museumsforlaget

Bråten, Ole Aastad 2013 «Forskaren og kulturen» i: Leve Kulturarven (red) Eivind Falk og Dag Feldborg, Museumsforlaget

Båtnes, Per Inge 2012 «Hvilken flerkulturell forståelse?» I Flerkulturell forståelse I praksis, Oslo Gyldendal Akademisk

Båtnes, Per Inge og Egden Sissel m.fl 2012 Flerkulturell forståelse I praksis, Gyldendal Akademisk Oslo

Cantor, Norman F. 1991 Inventing the Middle Ages. The lives, Works and Ideas of the Great Medievalists of the Twentieth Century

Ehn, Billy og Löfgren Orvar 2001 Kulturanalyser, Gleerups Malmö

Eikehaug, Tine 2006 Smeden I Smeltedigelen: en analyse av smedhåndverket i Meland, UiB

Eriksen, Anne og Amundsen, Arne Bugge 1999 (red) Folkloristiske klassikere 1800-1930, Norsk Folkeminnelag/Aschehoug

Eriksen, Anne og Selberg, Torunn 2006 Tradisjon og Fortelling en innføring i folkloristikk, Pax Oslo

Embree, Lester 2013 Refleksiv analyse Ein første innføring i fenomenologisk gransking, Akademika Trondheim

Falk, Eivind og Feldborg, Dag 2013 (red) Leve Kulturarven! Museumsforlaget

Fangen, Katrine 2010 Deltagende Observasjon Fagbokforlaget

Farstadvoll, Stein 2010 En levendegjort formidling: tinglige opplevelser i iscenesatt fortid, Munin

Fæhn, Tore og Holte, Sigmund 1987 Tinndølsmeden gjennom 200 år, Buen kulturverkstad

Fornäs, Johan 2012 Kultur, Liber Stockholm

Fossheim, Hallvard & Ingjerd, Helene 2013 «Innledning» i Forskerens taushetsplikt og meldeplikt, de Nasjonale Forskningsetiske komiteene

Frykman, Jonad og Löfgren, Orvar 1994 Det kultiverte mennesket, Pax Oslo

Getz, Donald 2009 Event Studies Theory, Research and Policy for Planned Events, Elsevier Amsterdam m.fl

Giddens, Anthony 1997 Modernitetens konsekvenser, Pax Oslo

Gilje, Nils 2006 «Fenomenologi, konstruktivisme og kulturforskning. En vitenskapsteoretisk diskusjon» i Tidsskrift for kulturforskning. Volum 5, nr 1

Gustafsson Lotten, 2002 Den förtrollade zonen : Lekar med tid, rum och identitet under medeltidsveckan på Gotland, Nya doxa

Gustafsson Lotten 2002 «Medeltidskartor och minnespolitik i: Historien inn på livet Anne Eriksen, Jan Garnert, Torunn Selberg (red) Nordic Academic Press

Hannam, Kevin & Halewood, Chris 2006 «European Viking Themed Festivals: An Expression of Identity» Journal of Heritage Tourism, 1:1, 17-31

Hansen, Hans-Johnny 2007 Vikingsmeden

Handler, Richard & Saxton, Williams 1988 "Dyssimulation: Reflexivity, Narrative and the Quest for Authenticity in `Living history` I: Cultural Anthropology 3:3 242-260

Hobsbawn, Eric 1983 Inventing Traditions I: The invention of tradition. (red) Eric Hobsbawn & Terence Ranger

Hodne, Bjarne 1994 Norsk Nasjonalkultur en kulturpolitisk oversikt, Universitetsforlaget, Oslo

Hyme, Dell 1975 "Breakthrough into performance" i: Folklore. Performance and communication. (red) Dan Ben-Amos & Kenneth S. Goldstein

Handverksinstituttet 2019 «Om-oss» Handverksinstituttet.no lest:06.10.2019

- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 1998 Destination Culture: Tourism, museums, and heritage, University of California press
- McCalman, Iain & Pickering, Paul A. 2010 "From realism to the affective turn: An agenda" i: Iain McCalman og Paul A. Pickering (red) Historical reenactment from Realism to the affective turn, Palgrave Mcmillan
- Nilssen, Vivi 2014 Analyse I kvalitative studier Den skrivende forskeren, Universitetsforlaget Oslo
- Næss, Ellen Marie 2018 "vikinger med horn på hjelmen fleip eller fakta" forskning.no/gjenstandsbloggen (lest: 01.01.2020)
- Olsen, Lars 2009 «Smi mens jernet er varmt: en kulturvitenskapelig analyse av fenomenet smiing i det senmoderne samfunnet», UiB
- Paulgaard, Gry 2006 «Feltarbeid i egen kultur» i: Metodisk Feltarbeid Produksjon og tolkning av kvalitative data (red) Erik Fossaskåret, Otto Laurits Fuglestad og Tor Halfdan Aase, Universitetsforlaget, Oslo
- Pripp, Oscar 2001 Företagande i minoritet. Om etnicitet, strategier och resurser bland assyrier og syrianer i Södertälje, Tumba: Mångkulturellt centrum
- Rentzhog, Sten 2007 «Friluftsmuseerna en Skandinavisk ide erøvrar världen», Carlssons Bokförlag, Kristianstad
- Selberg, Torunn 2002 «Tradisjon, kulturarv og minnepolitikk. Å iscenesette, vandre i og fortelle om fortiden» i: Historien inn på Livet Anne eriksen, Jan Garnert, Torunn Selberg (red), Nordic Academic Press
- Stenøien Jorun M. og Laginder Ann-Marie (2015) «Praktisk-estetisk læringsinteresse - en motkulturell verdi?» Nordisk kulturpolitisk tidsskrift, 2015(02), pp.184-197
- Store Norske Leksikon. 2020. "Alders tids bruk" Oppdatert 11.06.2019 snl.no/alders_tids_bruk
- Solheim, Svale 1944 "Arbeid og fest I elder tider" I Folketru og Folkeliv av Svale Solheim, Knut Hovda, Knut Fægri m.fl (red) Oslo J.W Cappelens forlag
- Tufte; Kirsten Marie og Tømmerstigen, Olav 2016 "Vikinglagets historie" Oppdatert 2016 borrevikinglag.com/?page_id=227
- Unesco 2018 «What is intangible cultural heritage» Oppdatert 2018 <https://ich.unesco.org>
- Velure, Magne 2013 "Kunnskap som kulturarv" i: Leve kulturarven! Eivind Falk og Dag Feldborg (red) Trondheim, Museumsforlaget
- Økstra, Anna Liljekonvall 2016 Paradoxes of a modern viking: a study of living history (UIB)

Living Crafts: Preserving, passing on and developing our common intangible heritage:
international and national ambitions cop. 2009

Thomas, Julian 2010 "Phenomenology and material culture" I: Handbook of Material Culture
(red) Chris Tilley, Webb Keane, Susanne Kücner, Mike Rowlands, Patricia Spyer, London
Sage,

Tóvinnukona, Marianne 2017 «The woman dressed in blue» <https://northernwomen.org> lest:
15.08.2018

Refererte transkripsjoner av intervju:

IntervjuAnders2018

IntervjuEgil 2018

IntervjuFrode 2018

IntervjuGeorg 2018

IntervjuJeppe 2018

IntervjuSiri2018

IntervjuVegard2018

TelefonintervjuVegard 2019