Ou wyn in nuwe sakke: Die onlangse herlewing van die Germaanse kultuur op Instagram

Burgert Senekal

Burgert Senekal, Departement Rekenaarwetenskap en Informatika, Universiteit van die Vrystaat

Opsomming

Daar was oor die afgelope paar dekades 'n oplewing in belangstelling in die leefwêreld van die Germane – hulle kultuur, gebruike en gelowe. Hierdie belangstelling word deels aangevuur deur gewilde televisiereekse soos *Vikings* en 'n oplewing in die gebruik van Germaanse en/of Noorse mitologie in musiek, veral in black metal en volksmusiek. Die huidige studie ondersoek hierdie verskynsel op die sosialemediaplatform Instagram deur bykans 40 000 plasings met die hutsmerk *#germanic* te ontleed. Die hutsmerke wat saam met hierdie plasings gebruik is, word ook onttrek en die algemeenste hutsmerke word gekategoriseer teen die agtergrond van die literatuur oor die Germane. Daar word onder andere aangetoon met watter plekke, natuurverskynsels, gode, diere en tydperke die Germane op Instagram verbind word, terwyl die rol wat populêre musiek in hierdie diskoers speel, ook ondersoek word.

Trefwoorde: black metal; erfenis; Europa; Germane; Germaanse gelowe; Germaanse kultuur; Germaanse mitologie; Heilung; hutsmerke; Instagram; migrasietydperk; Noorse mitologie; sosiale media; Vikings; volksmusiek; Wardruna

Abstract

Old wine in new bottles: The recent revival of Germanic culture on Instagram

Over the past few decades scholars researching the Germanic tribes have noted a surge in interest in the world of the Germanic tribes – their culture, customs and beliefs. This interest is fuelled partly by popular television series such as *Vikings* and *Barbarians* and a surge in the use of Germanic and/or Norse mythology in music, especially in black metal and in folk music. At the same time, over the past decade and a half, social media platforms have evolved into conversation platforms where people can share their interests and thoughts and also find other

people who share their interests. One of the most popular social media platforms is Instagram, which is the platform explored in the current study.

The aim of the present study is to determine the extent to which an interest in the Germanic world manifests itself on the social media platform Instagram, whether an increase in interest can be found, and what concepts are associated with the Germanic world. To this end, all posts with the hashtag *#germanic* are analysed, from the first post in 2012 to the end of 2020, with a total of 39 219 posts. The 683 571 hashtags used in conjunction with these posts, of which 56 343 are unique hashtags, are also extracted and the most common hashtags are categorised against the background of the literature on the Germanic tribes.

Hashtags are classified into nine categories: language and culture, place names, periods, heritage, warrior culture, texts, religion and culture, nature and popular culture. It is shown, among other things, that there is a clear connection between the Germanic language and culture and that of Scandinavia on Instagram, that Instagram users associate the Germanic tribes with Northern Europe in particular, that the Germanic tribes are mentioned especially in the context of the Dark Ages, that texts such as Beowulf, the Eddas and the Nibelungenlied play an important role in this discourse, and that Odin is the god most often mentioned, followed by Thor and Frey. Furthermore, Mjolnir is the symbol most often mentioned, followed by the *vegvísir*; animals most commonly associated with the Germanic tribes are the wolf and the raven; and forests and winter are the nature scenes most often mentioned. In terms of popular culture, the groups Wardruna and Faun are mentioned the most, followed by Heilung, but the connection with black metal is also shown. However, film does not play an important role in this discourse, while the role of television series such as *Vikings* and *Barbarians* is difficult to determine with certainty, as these series' titles are terms that can also be used more commonly.

Furthermore, it is shown that posts with the hashtag *#germanic* have increased almost every year since 2012, especially since 2018. This increase in posts indicates a significant increase in interest in the Germanic tribes' world. By identifying the language of captions, we also show that although the discourse takes place mainly in English and German, Portuguese and Icelandic are also used in a large number of posts.

Keywords: black metal; Europe; folk music; Germanic tribes; Germanic religions; Germanic culture; Germanic mythology; hashtags; Heilung; heritage; Instagram; migration period; Norwegian mythology; social media; Vikings; Wardruna

1. Inleiding

Simek (2004:73) voer aan dat daar sedert die 1970's 'n oplewing in akademiese belangstelling in Germaanse mitologie is. Hy skryf dié oplewing toe aan hernude belangstelling in nie-Christelike mitologieë oor die algemeen, die hernude opkoms van nie-Christelike gelowe en die feit dat begrip van die dominante geloof in Noordwes-Europa in die eerste millennium na Christus – naamlik dié van die Germane – steeds gefragmenteer is. Von Schnurbein (2016:54) sluit by Simek aan deur te skryf dat belangstelling in die Germaanse geloof, algemeen bekend as Ásatrú, sedert die 1970's 'n oplewing ondervind het. Ook Kieser (2019:1) merk op dat daar 'n globale oplewing in belangstelling in die Germaanse gelowe en kulture is wat deels deur populêre kultuur aangevuur word. Hy noem films soos *The 13th warrior* (1999) en *How to*

train your dragon (2010), asook televisiereekse soos *Vikings* (2013–2021) en *The last kingdom* (2015–2020), en musiekgroepe soos Wardruna en Tyr. In Afrikaans ondersoek Marais (2014) hoe Noorse mitologie neerslag vind in die Afrikaanse literatuur en voer aan (2014:112) dat verwysings na Noorse mitologie ná 1994 'n bloeityd in die Afrikaanse literatuur ondervind het.

Aanlyngemeenskappe het 'n belangrike ruimte geword waar mense hul idees kan deel, inligting kan vind en 'n gevoel van samehorigheid ontwikkel. Boonop skep sulke aanlyngemeenskappe die geleentheid om mense met soortgelyke belangstellings te vind, ongeag waar mense hul bevind. Ten opsigte van die Germaanse kulture is daar byvoorbeeld aanlyngemeenskappe soos Norskk (https://norskk.com), wat poog om 'n internasionale gemeenskap wat belangstelling in die waardes van die Germane deel, met mekaar te verbind.

Sosiale media is by uitstek geskik vir die skep en instandhouding van sodanige gemeenskappe. Mense kan ander persone wat hul belangstellings deel, aanlyn vind, of andersins kan gemeenskappe wat reeds bestaan, mekaar aanlyn vind. Ná afloop van 'n studie oor runes en tatoeëermerke op Instagram spekuleer Bennett en Wilkins (2020:1312) byvoorbeeld: "This social media platform is, perhaps, the modern-day equivalent of the mead hall: a place in which many individuals can gather to share (and reinforce) their beliefs, to compare stories, to strut and boast." Benewens Bennett en Wilkins se studie word aanlyngemeenskappe op Instagram met 'n verbintenis met die Germaanse gelowe en -kultuur onder andere deur Downing (2020) en Hanssen (2020) bestudeer.

Anders as Bennett en Wilkins, Downing en Hanssen se kwalitatiewe studies, vind die huidige ondersoek vanuit 'n kwantitatiewe perspektief plaas. Die oogmerk is om te bepaal tot watter mate 'n belangstelling in die Germane se leefwêreld op Instagram manifesteer, of belangstelling toeneem, en watter begrippe met die Germaanse leefwêreld verbind word. Hiervoor word alle plasings wat op Instagram met die hutsmerk *#germanic* gemaak is, van die eerste plasing in 2012 tot einde 2020, in berekening gebring.

Die artikel is soos volg gestruktureer. Eers word agtergrond oor die Germane, met spesifieke verwysing na hul gelowe en die onlangse oplewing in belangstelling hierin, verskaf. Hierna word 'n paar onlangse uitbeeldings van die Germaanse kulture in populêre kultuur bespreek. Die daarpvolgende onderafdelings verskaf 'n kort oorsig oor vorige navorsing oor Instagram en die Germane se kultuur, en etiese kwessies rondom die gebruik van sosialemediadata word kortliks bespreek. Hierop volg 'n uiteensetting van die metodes wat in die ondersoek gevolg is, waarna die resultate aangebied en bespreek word. Die artikel sluit af met slotopmerkings en voorstelle vir verdere navorsing.

2. Agtergrond

Barnes (2008:274) skryf dat die Germaanse stamme tussen 1000 en 500 v.C. suidwaarts vanaf Skandinawië migreer het en dat hulle op daardie stadium dieselfde taal gepraat het, alhoewel dialekte voorgekom het. Voor die Ystertydperk, wat in 400 v.C. in Skandinawië begin, is daar egter min sekerheid oor Germaanse tale, gelowe en gebruike (Simek 2004:75). Daar is ook onsekerheid oor wanneer Germaanse stamme suidwaarts gemigreer het, en tot watter mate. Hedeager (2008:12) skryf egter dat die belangrikste kwessie in die ontstaan van die Germaanse

stamme nie is wanneer hulle suidwaarts gemigreer het nie, maar dat hul identiteit met Skandinawië en die Skandinawiese gode vervleg was.

'n Deel van hierdie gedeelde identiteit van die Germane en Skandinawiërs kan gesien word in die latere optekening in Skandinawië van verhale van ander Germaanse volke wat uit die tydperk van die Völkerwanderung dateer. Jesch (2008:294) noem byvoorbeeld die Röksteen in Östergötland in Swede uit ongeveer 800 n.C. en verwys na Theodoric van die Oos-Gote in die 5de/6de eeu, asook verhale oor Attila die Hun (c. 406–453 n.C.), wat in latere gedigte in die Yslandse *Poëtiese Edda* (Anoniem 1928) opgeneem is. Die Yslandse *fornaldarsögur* (een van die subgenres van die Yslandse sagas) bevat ook heelwat verhale uit die tydperk van die Völkerwanderung (Lönnroth 2008:306). Met ander woorde, namate die Germaanse stamme wat suidwaarts getrek het, hulself steeds deel gevoel het van die Skandinawiese stamme, het die Skandinawiërs die ervarings van dié wat getrek het, opgeteken as deel van hul eie erfenis. Murdoch en Read (2004:7–15) verskaf 'n oorsig oor die Völkerwanderung van die Germaanse stamme sedert die eerste eeue in die huidige era tot die einde van die Viking-era (11de eeu n.C.).[1]

Die Germaanse stamme het in die eerste eeue van die huidige era slegs vir 'n spesifieke doel verenig, byvoorbeeld by die Slag van Teutoburg-woud (9 n.C.). Die begrip *Germaans* is derhalwe 'n taalkundige en kulturele begrip eerder as 'n politieke begrip. Breedweg verwys die term *Germane* na stamme wat sedert die Ystertydperk in Noordwes-Europa woonagtig was en tot dieselfde taalfamilie behoort, terwyl hulle ook sommige komponente van hul geloof en gebruike gemeen gehad het. Die term *Germaan* (*Germani*) self is deur Julius Caesar geskep (Von Schnurbein 2016:18).

Net soos die Germaanse stamme nie polities verenig was nie en ook sedert die eerste millennium n.C. nie dieselfde taal gepraat het nie, was daar ook nie 'n enkele, verenigde Germaanse geloof nie (Simek 2004:74; Gräslund 2008:249; Dijk 2017:13). Simek (2004) wys daarop dat die Germane se gelowe tussen streke en tussen tydperke verskil het, met 'n groot aantal gode waaroor vandag steeds onsekerheid bestaan. Anders as die monoteïstiese gelowe wat die wêreld vandag domineer (die Christen-geloof, Judaïsme en Islam), was die Germane se gelowe meer gevarieer:

> Despite a late development toward more widely accepted and commonly venerated deities, the Germanic religion never developed into a codified religion, nor did it ever possess a dogmatic set of rules or even truths to be accepted by every believer; the whole concept of membership in a religion was apparently foreign to it. Rather, religion was seen as a traditional set of customs, beliefs, and perhaps a fund of mythological stories with only limited claim to universality. (Simek 2004:83; kyk ook Hultgård 2008:212, Raudvere 2008:235 en Sørensen 1997:208.)

Dijk (2017:13) en Von Schnurbein (2016:10) skryf dat die afwesigheid van 'n verenigde geloof daarin gesien kan word dat daar nie 'n Oudnoorse woord vir *geloof* was nie. In plaas van so 'n woord is daar verwys na *forn siðr* ("die ou gebruik", sien ook Raudvere 2008:235 en Gräslund 2008:249), 'n term wat vandag nog gebruik word. Price (2008b:244) skryf ook dat die Germane se geloofsopvattinge kompleks was: "'Religion' is far too simple a word for it." Schjødt (2008:221) beklemtoon ook die diversiteit van die Germaanse geloofsopvattinge en skryf dat mites op verskillende maniere vertel is en rituele van plek tot plek verskillend

uitgevoer is, maar volgens hom is daar geen twyfel dat sekere gode as mitiese én rituele strukture wyd oor die Germaanse leefwêreld voorgekom het nie.

Een van die sterkste ooreenkomste tussen die Skandinawiese geloofsopvattinge gedurende die Viking-era en dié van ander Germaanse stamme tydens die Völkerwanderung kan gevind word in die voorkoms van die mees prominente gode. Simek (2004:81) skryf dat Odin/Woden/Wotan/Óðinn gedurende die Germaanse Ystertydperk een van die dominante gode oor die hele Noordwes-Europa was, met Tyr/Tiwaz en Thor/Donar wat ook prominent voorkom. Hul belangrikheid word gesien in die dae van die week: Woensdag is na Woden/Wotan/Odin/Óðinn vernoem, Donderdag na Donar/Thor en Vrydag na Frikka/Frigg (Simek 2004:82; Shaw 2007:387).[2]

Simek (2004:94) en Gimbutas (1999:189–90) skryf dat dit bykans ’n millennium geneem het om die Germaanse stamme te kersten, vanaf die eerste kontak tussen die Gote en die Christendom in die 3de eeu tot die kerstening van Swede in die 12de eeu. Die Visigote is in die 4de eeu gekersten; die Longobaarde en Vandale in die 5de eeu; die Franke in die 6de eeu; die Angel-Saksers in Engeland in die 6de en 7de eeue; die Allemanni en Beiere in die 7de eeu; die Saksers en Friese in die 8ste eeu; die Dene in die 10de eeu; die Noorweërs en Yslanders in die 11de eeu; en die Swede in die 12de eeu. Die kerstening van die Germaanse volke was egter ’n komplekse proses met vroeë kontakte aan die een kant en teruggrype na die Germaanse gelowe aan die ander kant (Simek 2004:95–6).

In Ysland is daar in die 12de en 13de eeue ’n poging aangewend om die Germaanse gelowe op te teken. Simek (2004:98) skryf: “There seems to have been a desire by the Icelandic scholars to create a canon of the old religion in much the same way that there was a canon for the new.” Die belangrikste historikus in hierdie opsig is die Yslander Snorri Sturluson (1179–1241) (Faulkes 2008), wat onder andere die *Heimskringla* (1991) en die *Prose (Uppsala) Edda* (2012) saamgestel het (eersgenoemde rondom 1230 en laasgenoemde rondom 1220 n.C., Ross 2008:233; Hannasvik 2020:1).

Met behulp van argeologie, literêre tekste en ’n klein aantal geskiedkundige geskrifte is die Germaanse gelowe sedert die 18de en 19de eeue herskep (Hultgård 2008:213; Granholm 2011:520; Dijk 2017:27). Benewens die *Heimskringla* en *Uppsala Edda* is die sleuteltekste vir hierdie gelowe gewoonlik die *Poëtiese Edda* (Anoniem 1928) en die Middeleeuse Yslandse sagas (Gimbutas 1999:190; Von Schnurbein 2016:20; Kieser 2019:6; Hannasvik 2020:3). (Marais 2014:24 noem die twee *Eddas* die hoofbronne van Noorse mitologie.) Tacitus se *Germania* (1999), geskryf rondom 98 n.C., speel ook ’n belangrike rol (Wells 2004:32; Von Schnurbein 2016:18; Kieser 2019:12), asook Saxo Grammaticus se *Gesta Danorum* (2015a, 2015b) (Von Schnurbein 2016:252). Verdere belangrike tekste is die optekenings van Ibn Fadlan en Adam van Bremen (Gimbutas 1999:190; Gräslund 2008:250, 253; Price 2008a; Klitgaard 2018:9, 86). Grönbech (2010) word ook deur byvoorbeeld Downing (2020:203), Klitgaard (2018:29 e.v.) en Von Schnurbein (2016:101) as ’n belangrike sekondêre teks uitgelig en Von List (1988) in Granholm (2011:522), Gunstad (2015:24), Von Schnurbein (2016:41 e.v.) en Forssling (2020:64 e.v.).

Tydens die 19de eeu het die oplewing in belangstelling in die Germaanse gelowe gepaard gegaan met die Romantiek en die opkoms van Germaanse (waaronder Duitse) nasionalisme, wat uiteindelik ’n rol in Nazi-ideologie gespeel het (Granholm 2011:521; Von Schnurbein 2016:17; Dijk 2017:27; Kieser 2019:12). Hierdie verbintenis met etnosentrisme en rassisme

het kort ná die Tweede Wêreldoorlog tot 'n afname in belangstelling in die Germaanse geloofsopvattinge en -kulture gelei, en alhoewel die neo-Germaanse bewegings sedert die 1970's herstel het, bly assosiasies met rassisme 'n probleem in die neo-Germaanse geloofsbewegings (sien Forssling 2020, Gunstad 2015, Von Schnurbein 2016:123–45 of Marais 2014:210–11 vir 'n bespreking van dié verbintenis). In Bennett en Wilkins (2020:1306) se studie van Instagram-plasings met die hutsmerk *#rune* het hulle ook van tyd tot tyd die hutsmerk *#hitler* aangetref (kyk ook Downing 2020:189). Brenton Tarrant, wat verantwoordelik was vir die skietvoorval in 2019 in Christchurch, Nieu-Seeland, het ook simbole soos die sonwiel op sy taktiese baadjie gehad (Brockell 2019). Tydens die opstande in Washington in Januarie 2021 was een van die bekendste foto's ook dié van Jake Angeli met die valknut-, yggdrasil- en mjolnir-simbole op sy bors getatoeëer (Kelley 2021). Moderne groepe wat behoort tot wat Von Schnurbein (2016) arassisties noem, word verplig om hulself duidelik van die rassistiese groepe te onderskei.

Die geloof in die Germaanse en/of Noorse gode staan vandag algemeen bekend as Ásatrú (ook gespel Ásatru of Asatru) (Granholm 2011:522; Von Schnurbein 2016:10; Kieser 2019:2), wat "geloof in die Æsir" (die dominante familie van Germaanse gode) beteken, maar daar word ook soms na verwys as Odinisme (Granholm 2011:522; Von Schnurbein 2016:10), *forn siðr*, of meer algemeen, *heidens*. Ásatrú is in 1973 as 'n amptelike geloof in Ysland erken (Von Schnurbein 2016:78), waarna dit ook as amptelike geloof in Noorweë, Swede en Denemarke erken is (Von Schnurbein 2016:64–8). Von Schnurbein (2016) en Gunstad 2015:26–7) bespreek die ontwikkeling van Ásatrú en die organisasies wat daarby betrokke was. Ten spyte van die groeiende belangstelling skryf Von Schnurbein (2016:88) dat daar teen 2016 na raming minder as 20 000 lede wêreldwyd was.

Oor die vraag waarom mense hulle tot Ásatrú keer, skryf Von Schnurbein (2016:89–91) dat dit vir Ásatrúers veral gaan om 'n gevoel van behoort: Vele aanhangers van Ásatrú vertel verhale van hoe hulle 'n spirituele tuiste gesoek het, hulself nie tuis gevoel het binne die Christendom nie, 'n tydperk van ateïsme beleef het, of verhale teëgekom het wat tot hulle gespreek het.

Aanhangers van en belangstellendes in Ásatrú kom voor die uitdaging te staan oor wat outentiek is en wat literêre uitvindsel of oorgedra vanuit die Christendom is (Dijk 2017:14). Twee van die gedigte wat in die *Poëtiese Edda* (Anoniem 1928) opgeneem is en die kern van Ásatrú vorm, naamlik "Völuspá" en "Hávamál", is bekend uit 'n manuskrip uit die 13de eeu – meer as 250 jaar na Ysland se kerstening (Von Schnurbein 2016:252, 255). Hannasvik (2020) dui aan dat Christelike invloede aantoonbaar is in die "Völuspá", alhoewel die teks sover terug as die 9de eeu dateer (kyk ook Jesch 2008:295). Sturluson se *Uppsala Edda* toon ook duidelike Christelike elemente (Ross 2008:233; Hannasvik 2020:1). Aan die ander kant leen die sterk struktuur van Oudnoorse skaldiese poësie sigself tot die oordrag van materiaal wat nie maklik verander kan word nie, wat beteken dat alhoewel gedigte eers in die 13de eeu opgeteken is, dit heelwat ouer mag wees. Jesch (2008:296) voer byvoorbeeld aan:

> The extent to which the form of skaldic verse is fixed is much greater than in other early Germanic genres, so that, while all verse is designed to be memorable, skaldic verse seems particularly designed to be memorable in exactly the form in which it was originally composed. It is characterised by complex metrical rules applied within a small poetic space: almost any changes to the text may violate one or more of these metrical rules. (Sien ook Lönnroth 1997:226.)

Lönnroth (2008:309) skryf verder dat die Yslandse sagas aan die een kant onbetroubaar is ten opsigte van historiese gebeure, maar terselfdertyd goeie bronne rakende die mentaliteit, idees, sosiale struktuur, plaaslewe en alledaagse gebruike in die Oudnoorse samelewing is.

As oplossing vir die vraag oor die betroubaarheid van bronne stel sommige Ásatrúers voor dat die Germaanse gelowe in die eerste plek nooit dogmaties soos die Christendom was nie (Von Schnurbein 2016:93). Daar was geen samehangende en voorskriftelike teks vir die Germaanse geloof wat vergelykbaar is met die Bybel nie, en deur persoonlike keuses te maak oor wie, wat en hoe om te aanbid, word veronderstel dat die oorspronklike gees van *forn siðr* voortgesit word. Dijk (2017:36–7) skryf oor die Oudnoorse geloof teenoor moderne Ásatrú:

> With regards to core characteristics there are some clear similarities between the religious systems. Namely, both have a non-dogmatic character, which gives the possibility for considerable variety of beliefs and practises (sic) between not only communities but individuals as well, creating a diverse religion. This is likely more so the case for Ásatrú than ONr, as members of the former are actively encouraged to seek their own way to connect to what their religion provides, thus creating an individual spiritual experience within the larger frame of reference that is Ásatrú. To what extent this might have been a possibility for Nordic people in pre-Christian times is hard, if not impossible, to assess, but the few pieces of evidence [...] that point towards an individual approach to worship and belief go some way towards representing a certain sense of individual spirituality, a concept which is heavily emphasised and encouraged within the Icelandic Ásatrú community.

Die *Eddas* en ander bronne word derhalwe as inspirasie gebruik vir ’n “geloof met huiswerk” (Von Schnurbein 2016:286) (een waar Ásatrúers self moet gaan oplees), maar persoonlike keuses en vryhede staan sentraal. Von Schnurbein (2016:93) verwys na die “almost dogmatic invocation of the notion that the fundamental nature of Ásatrú is its lack of dogmatism”.

Die volgende afdeling bespreek ’n paar voorbeelde waar die Germaanse gelowe, literatuur en erfenis in populêre kultuur neerslag vind.

3. Populêre kultuur

Soos later in die huidige artikel aangedui word, kom die hutsmerk *#wardruna* die 16de meeste saam met *#germanic* voor en *#faunband* die 22ste meeste, uit ’n korpus van 39 219 plasings en 56 343 unieke hutsmerke. Beide *#wardruna* en *#faunband* verwys na musiekgroepe. Boonop is dit onduidelik of die 11 842 voorkomste van *#vikings*, die hutsmerk wat die vierde meeste in die hele datastel voorkom, na die TV-reeks verwys. Die prominente voorkoms van hutsmerke wat na populêre musiek en televisiereekse verwys, noop ’n mens om ook populêre kultuur kortliks te bespreek, omdat nie alle lesers noodwendig vertroud sal wees met hierdie verwysings nie. Aangesien TV-reekse en musiek gereeld saam met die hutsmerk *#germanic* voorkom, is ook ondersoek ingestel na die moontlike voorkoms van filmverwysings.

3.1 Televisiereekse

Vikings (2013–21) is ’n gewilde historiese televisiereeks en sentreer rondom die legendariese figuur Ragnar Lothbrok en sy seuns, soos in die gelyknamige saga (Anoniem 2009) en in Saxo Grammaticus (2015a, 2015b) vertel. Die reeks het ’n historiese uitkyk en beklemtoon veral die konflik tussen die Christendom en die geloofsopvattinge van die Vikings, met verskeie veldslae tussen die Angel-Saksers en Vikings en tussen Franke en Vikings wat in geloofsterme gestel word. Die klem op geloof word ook vergestalt in verskeie karakters – onder wie Ragnar, sy broer Rollo en sy seuns – wat ’n interne stryd tussen die Christendom en hul tradisionele geloofsopvattinge ervaar. Forssling (2020:222) skryf dat die televisiereeks historiese, argeologiese en literêre bronne binne ’n moderne narratief verpak soos die Yslandse sagas ook in die 19de eeu op ’n aantreklike wyse vir hul gehoor verpak is.

The last kingdom (2015–2020) speel in die Viking-era in Engeland af en oorvleuel heelwat met gebeure in *Vikings*, maar word hoofsaaklik uit die perspektief van die Angel-Saksers vertel. Die reeks is gebaseer op Bernard Cornwell se boekreeks oor koning Alfred (848/9–899 n.C.) en betrek ook konflik tussen geloofsopvattinge soos in die geval van *Vikings*.

Barbarians (2020) speel af in die aanloop tot die Slag van Teutoburg-woud in 9 n.C., waar Arminius (Hermann) en die Cherusci die Romeine onder Varus verslaan het (die veldslag staan ook bekend as die Varusschlacht of die Kalkriese slagting). (Hierdie veldslag word byvoorbeeld deur Murdoch 2004:55–7, Wells 2004 en Sheldon 2001 beskryf.) Die onlangse verfilming van hierdie gebeurtenis is interessant, omdat dit een van die mees verpolitiseerde veldslae in die geskiedenis van die wêreld is (Murdoch 2004:58). Hierdie veldslag het ’n beduidende rol in die opkoms van Nazi-denke gespeel (Sheldon 2001:36) en is as deel van Nazi-propaganda in die film *Ewiger Wald* (1936) gebruik (Murdoch 2004:60).

3.2 Films

Heelwat onlangse films beeld die leefwêreld van die Germane en Vikings uit. Ek noem slegs enkeles.

Films soos *Beowulf* (1999), *The 13th warrior* (1999), *Beowulf and Grendel* (2005) en *Beowulf* (2007) verteenwoordig almal ’n interpretasie van die Oudengelse *Beowulf* (Anoniem 2001). *Pathfinder* (2007) en *Valhalla rising* (2009) handel oor die Viking-ekspedisie na Noord-Amerika, soos vertel in die Vinland-sagas (Anoniem 2008), alhoewel beide heelwat van die sagas afwyk. *Thor* (2011), *Thor: The dark world* (2013) en *Thor: Ragnarok* (2017) is superheldfilms van Marvel wat slegs rofweg op die Noorse mitologie gebaseer is. In *The ritual* (2017) verdwaal Britse toeriste in ’n Sweedse woud, waar hulle aan een van die Jötunar (die reuse in Noorse mitologie) geoffer word. Ander onlangse films wat genoem kan word, is *Pagan warrior* (2019), *Krampus vs Vikings* (2018), *Northmen: A Viking saga* (2014) en *Ragnarok* (2013).

3.3 Musiek

Veral twee genres gebruik verwysings na die Germaanse gelowe en mitologie, naamlik black metal en volksmusiek. Skandinawiese ekstreme metal[3] (sogenaamde black metal) word reeds sedert die 1980’s geassosieer met die Germaanse gelowe en mitologie. Volgens Kahn-Harris (2007:105) was Bathory die pioniersgroep in hierdie genre – hulle het reeds teen 1988 Noorse

mitologie in hul lirieke gebruik. Unger (2016:25) noem op sy beurt Bathory "foundational" tot die black metal-genre (sien ook Granholm 2011:526). Tydens die 1990's het die verbintenis tussen black metal en Noorse mitologie versterk, soos uitgebeeld in groepe se name, die gebruik van runes in groepe se logo's, en lirieke wat inspirasie in Noorse mitologie vind (Roe 2019:16). In 1993 het Varg (Kristian) Vikernes van die Noorweegse groep Burzum die Norwegian Heathen Front (Norsk Hedensk Front) gestig (Gunstad 2015:28; Von Schnurbein 2016:63), terwyl hy op daardie stadium in die gevangenis was as gevolg van moord en die afbrand van kerke (Granholm 2011:529; Unger 2016:25). Soos voorheen bespreek is ten opsigte van die Nazi-kaping van die Germaanse geskiedenis en kultuur, word black metal ook soms met rassisme en fascisme verbind (Kahn-Harris 2007:41; Roe 2019:24).

Von Schnurbein (2016:334) skryf oor black metal:

> [T]his musical genre, and the subculture surrounding it, combines an apocalyptic aesthetic, a fascination with war and warrior ethics, a misanthropic and misogynistic attitude, and the rejection of modern capitalist society with an interest for an ancient mythic heritage and its revival.

Kahn-Harris (2007:40) skryf op 'n soortgelyke wyse oor hierdie genre:

> Scandinavian black metal bands often invoke the Vikings and mourn the arrival of Christianity in the Middle Ages, almost claiming themselves to be colonized people. Pagan society is constructed as lacking the "weakness" that characterizes contemporary society. (Kyk ook Unger 2016:80.)

Metal-groepe – nie noodwendig almal black metal-groepe nie – wat Germaanse mitologie in hul lirieke insluit, is onder andere Bathory, Tyr, Finntroll, Ultima Thule, Helheim, Solefald, Menhir, Therion, Sturmgeist, Amon Amarth, Moonsorrow, Unleashed, Sabaton, Enslaved, Skyclad, Riger, Einherjer, Amorphis en Bifrost.

Verskeie volksmusiekgroepe is onlangs gestig wat Oudnoorse en Oudgermaanse materiaal insluit en verwerk, maar binne 'n meer tradisionele musiekstyl as metal. Voorbeelde van sulke onlangse groepe is Wardruna, Danheim, Skáld, Fire+Ice, Faun, Nytt Land, Svarrogh en Heilung. Heilung en Wardruna verdien hier spesiale vermelding omdat hulle 'n brug vorm tussen metal en volksmusiek, en tussen musiek en die televisiereeks *Vikings*.

Heilung is in 2014 deur Kai Uwe Faust, Christopher Juul en Maria Franz gestig (Zorzi 2018; Roe 2019:19; Teitelman 2019; Sommer 2020). Hulle lirieke is in verskeie Germaanse tale geskryf, waaronder Proto-Germaans, byvoorbeeld "In Maidjan"; of Oudnoors, byvoorbeeld "Norupo". "Norupo" is byvoorbeeld 'n toonsetting van die 13de-eeuse Noorweegse Rune-gedig (*Norupo* is 'n afkorting van *Norwegian Rune Poem*), wat 'n uiteensetting van die runes verskaf en in Szőke (2018) bespreek word. Heilung se naam vertaal uit Duits as Heling, wat op sigself interessant is – Simek (2004:81) wys daarop dat Wotan/Woden/Odin aanvanklik met heling verbind was. Die groep het ook 'n internasionale Germaanse herkoms: Franz is van Noorweë, Juul van Denemarke en Faust van Duitsland (Zorzi 2018; Roe 2019:19). Heilung se lied "In Maidjan" is gebruik vir die bemarkingsvideo van die videospeletjie Senua's Saga: Hellblade II. Hierdie lied is ook op die klankbaan van *Vikings* gebruik. Heilung word gewoonlik as 'n metal-groep bespreek (Roe 2019:15; Teitelman 2019; Sommer 2020), en Sommer (2020) skryf byvoorbeeld: "Heilung access dark metal's urgency and lock-jaw

intensity without a single guitar in sight." As deel van die etnosentriese verbintenis met Germaanse mitologie wat voorheen bespreek is en ook by black metal-groepe aangetref word, was daar in 2020 'n insident by 'n Heilung-vertoning waar konsertgangers vir 'n swart persoon gesê het dat hierdie musiek slegs vir wit mense is, waarna Heilung 'n mediaverklaring uitgereik het om rassisme te veroordeel (Anoniem 2020).

Soos Heilung soms as 'n metal-groep beskryf word, vind ook Wardruna sy wortels in Skandinawiese black metal (Robb 2013; Roe 2019:18) en is die groep trouens gestig deur voormalige lede van die black metal-groep Gorgoroth (Granholm 2011:533). Soos Heilung het ook Wardruna al opgetree by metal-musiekfeeste (Roe 2019:30). Die groep is in 2003 deur Einer "Kvitrafn" Selvik, Kristian "Gaahl" Hella en Lindy-Fay Hella gestig (Roe 2019:17). *Wardruna* beteken "die klank van die runes" (Robb 2013) en hul lirieke is in moderne Noorweegs, Oudnoors en Proto-Noors (Roe 2019:23). Verskeie liedjies van Wardruna is ingesluit in die klankbaan van *Vikings*, waaronder "Helvegen".

In die volgende afdeling word vorige navorsing oor die uitbeelding van die Germane se leefwêreld op Instagram bespreek.

4. Sosiale media

Verskeie sosialemediaplatforms word gebruik om aanlyngemeenskappe te skep, waaronder Facebook, Twitter, Instagram en YouTube. Die huidige ondersoek fokus op Instagram, wat in Senekal (2020a, 2020b, 2020c) in besonderhede bespreek word. Instagram is in 2010 as 'n iPhone-toepassing geskep en het vinnig gegroei tot een van die gewildste sosialemedia-platforms ter wêreld. Tans het Instagram meer as 'n miljard gebruikers wêreldwyd en word daar meer as 40 miljoen foto's per dag op hierdie platform gelaai. Instagram is 'n fotogebaseerde platform wat gebruikers nie toelaat om slegs teks op te laai nie – plasings moet as foto's, skyfies of kort video's opgelaai word. Die platform laat ook gebruikers toe om sowel byskrifte as hutsmerke by hul plasings te gebruik, en ander gebruikers word toegelaat om aan te dui of hulle van plasings hou, om kommentaar te lewer en om plasings te deel.

Sosialemediaplatforms maak gereeld gebruik van hutsmerke om plasings te kategoriseer. Hutsmerke is 'n vorm van *volksonomie*, 'n term wat daarna verwys dat gewone mense (die gebruikers self) die klassifikasie van materiaal behartig, eerder as inligtingskenners (Bennett en Wilkins 2020:1304; Senekal 2020b). Hutsmerke dui oorwegend op die inhoud van 'n plasing, maar kan ook dui op ander assosiasies van die gebruiker, byvoorbeeld waar en wanneer 'n foto geneem is, of Instagram-verwante hutsmerke (*#instagood*) (Senekal 2020b). Die belangrikste aspek van hutsmerke om hier in gedagte te hou, is dat dit gaan om 'n assosiasie van die *gebruiker* (Senekal 2020a:225).

Instagram-plasings wat verband hou met die Germaanse kulture word bestudeer in Bennett en Wilkins (2020), Downing (2020) en Hanssen (2020). Bennett en Wilkins het plasings bestudeer waarin die hutsmerke *#rune* en *#tattoo* voorkom in 'n poging om ondersoek in te stel na hoe mense tatoeëermerke gebruik om met hul erfenis te identifiseer. Hulle bespreek die gebruik van runes in 'n New Age-, Asatrú- en wit-nasionalistiese opset en wys hoe Instagram selfidentifikasie bemiddel. Downing (2020) bestudeer Instagram-plasings met die hutsmerke *#norsewitch*, *#heathengirl*, *#seidr*, *#volva*, *#galdr*, *#norsepagan*, *#heathensofInstagram*, *#witch*,

#runes, *#viking*, *#shamanism* en *#witchesofInstagram*. Sy onderneem ’n studie van vroulike Instagram-gebruikers met ’n eksplisiete heidense uitkyk en bespreek hoe hulle hulself en hul boodskap op hierdie platform bemark. Hanssen (2020) noem nie watter hutsmerke hy bestudeer het nie en het eerder op spesifieke gebruikers gefokus. Hy bevind dat mans wat as Ásatrúers identifiseer meer tradisionele manlike rolle beklee as wat die geval is met mans wat as Wiccans identifiseer, terwyl Wiccans meer vloeibaar met geslagsrolle omgaan. Mans wat as Ásatrúers identifiseer, sal hulself byvoorbeeld sterk met ’n krygerkultuur verbind. Nie een van hierdie studies bied bevindinge gegrond op kwantitatiewe data aan nie en ook nie een van hierdie studies betrek spesifiek die hutsmerk *#germanic* nie.

5. Etiese kwessies

Wanneer sosialemediadata gebruik word, moet etiek ook in ag geneem word. Downing (2020) maak gebruik van openbare profiele, en omdat sy ’n klein aantal profiele gebruik het, het sy toestemming by elke gebruiker verkry en noem hulle name in haar studie. Hanssen (2020) gebruik ook ’n klein aantal profiele en verkry hulle toestemming om hul plasings te gebruik, maar hy vervang die meeste gebruikers se name met skuilname. Bennett en Wilkins (2020) gebruik ook openbare profiele, maar omdat hulle ’n groot aantal gebruikers se plasings gebruik, verkry hulle nie toestemming van gebruikers nie maar gebruik gebruikers se plasings anoniem. In Senekal (2020a) gebruik ek ook gebruikers se plasings anoniem en sluit slegs openbare profiele in. In navolging van Bennett en Wilkins (2020) en Senekal (2020a) word daar in die huidige ondersoek slegs plasings gebruik wat in die openbare domein gemaak is (met ander woorde nie van private rekeninge nie), en gebruikersname word nie bekendgemaak nie. Voorbeelde van plasings is ook só gekies dat gebruikers se gesigte nie sigbaar is nie.

In die volgende afdeling word die metodes bespreek wat in die huidige ondersoek gevolg is.

6. Metodes

Alle plasings wat op Instagram gemaak is met die hutsmerk *#germanic*, asook metadata (die datum en tyd van die plasing, die soort plasing, die plasing se byskrif, die getal houvans wat die plasing verwerf het en die getal kommentare wat die plasing verwerf het) is op 11 Januarie 2021 met behulp van die toepassing Instabro (https://instabro.app) versamel. Gebruikers se name en liggings is nie versamel nie. Die hutsmerk *#germanic* is gekies omdat dit direk verwys na die Germane, maar ook wyer konnotasies het as byvoorbeeld *#asatru*, wat op ’n spesifieke gebruik dui, of *#scandinavian*, wat op ’n spesifieke geografiese gebied dui. Die oogmerk is om te bepaal wat met die term *Germaans* op Instagram geassosieer word, hetsy gebruike, begrippe, populêre kultuur, geografiese gebiede of tydperke. Alle plasings wat met hierdie hutsmerk gemaak is, is in berekening gebring, van die eerste plasing in 2012 tot aan die einde van 2020, maar duplikate is verwyder. Aangesien die versameling in Januarie 2021 plaasgevind het, is daar besluit om nie plasings van 2021 in berekening te bring nie.

Nadat die plasings versamel is, is verdere metadata toegevoeg. Hutsmerke is onttrek deur gebruik te maak van ’n gereelde uitdrukking;[4] die taal van byskrifte, uitgesluit die hutsmerke, is outomaties herken;[5] en die getal woorde wat in ’n byskrif gebruik is, is met behulp van ’n

verdere gereelde uitdrukking[6] getel. Die voorkoms van hutsmerke is daarna getel en die 2 000 algemeenste hutsmerke is geklassifiseer op grond van kategorieë wat uit die data na vore gekom het, asook teen die agtergrond van die literatuur soos hier bo bespreek. In 'n studie van Joodse identiteit bestudeer Ichau, Frissen en d'Haenens (2019) Instagram-plasings met die hutsmerke *#jew*, *#jewish*, en *#jews* en ken hulle hul eie kategorieë toe op grond van die onderliggende data omdat hulle (2019:5) argumenteer dat kategorieë en patrone uit die data na vore kom deur noukeurige leeswerk en konstante vergelyking.

Dieselfde prosedure is in die huidige studie gevolg. Teen die agtergrond van die literatuur oor die Germane is hutsmerke in kategorieë verdeel en kategorieë is hersien en verfyn. Daar is byvoorbeeld gemerk dat baie hutsmerke na plekname verwys, en dat die ligging van Germaanse stamme duidelik in die literatuur omskryf is, en daarom is 'n kategorie *plek* geskep. Daar is ook gemerk dat heelwat hutsmerke na diere verwys, en omdat diere 'n belangrike rol in die Noorse mitologie speel, is 'n kategorie vir diere geskep. Daar is gemerk dat heelwat hutsmerke na tydperke verwys, terwyl ook die literatuur na spesifieke tydperke verwys, en daarom is 'n kategorie *tydperk* geskep, ens.

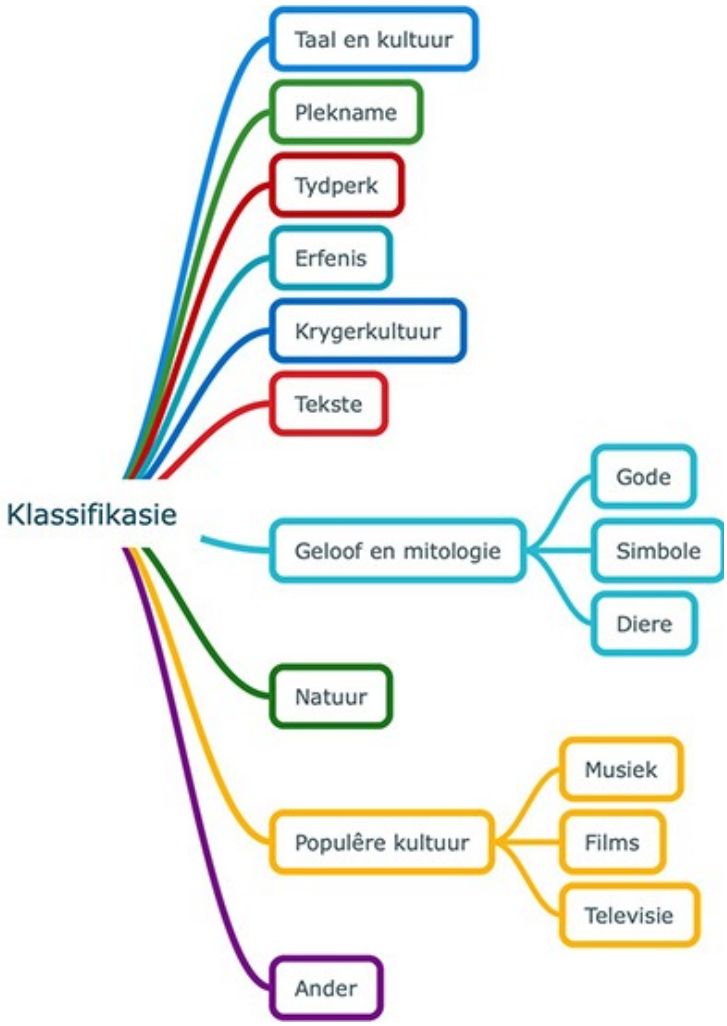
Die 2 000 algemeenste hutsmerke het elk meer as 30 keer voorgekom, wat daarop dui dat die res van die hutsmerke min in hierdie datastel voorkom. Die 2 000 hutsmerke wat die meeste saam met *#germanic* voorkom, is derhalwe die sigbaarste, omdat elkeen meer as 30 keer saam met *#germanic* voorkom. Die volgende kategorieë is gebruik:

1. Die Germaanse stamme het 'n gedeelde taal en kultuur (Barnes 2008:274) en daarom is hutsmerke soos *#germanic*, *#vikings* en *#norse* onder die kategorie *taal en kultuur* geklassifiseer.
2. Hedeager (2008:12) merk op dat die Germane se tuiste algemeen gesien word as Skandinawië; gevolglik is 'n kategorie *plek* geskep vir plekname wat saam met *#germanic* gebruik word, byvoorbeeld *#germany*, *#iceland* en *#norway*.
3. Aangesien die Germaanse volke sedert die Ystertydperk bekend is (Simek 2004:75), is 'n kategorie *tydperk* geskep om ondersoek in te stel na watter tydperke met *#germanic* verbind word, waaronder hutsmerke soos *#bronzeage*, *#middleages* en *#migrationage* geklassifiseer is.
4. Omdat Von Schnurbein (2016:89–91) skryf dat die belangstelling in die Germaanse gelowe veral saamhang met 'n gevoel van behoort, is 'n kategorie *erfenis* geskep, waaronder hutsmerke soos *#ancestry*, *#heritage* en *#oldworld* geklassifiseer is.
5. Beuermann (2011:369) noem dat die Vikings se kultuur 'n krygerkultuur was, daarom is 'n kategorie *krygerkultuur* bygevoeg, waaronder hutsmerke soos *#sword*, *#armor* en *#bersekr* geklassifiseer is.
6. Von Schnurbein (2016:20) en ander se uitsondering van 'n aantal sleuteltekste was die aansporing vir 'n kategorie *tekste*, waaronder hutsmerke soos *#edda*, *#beowulf* en *#nibelungenlied* geklassifiseer is.
7. Volgens Simek (2004:73) en Von Schnurbein (2016:54) het belangstelling in die Germane se gelowe en kulture onlangs toegeneem, en daarom is 'n kategorie *geloof en kultuur* geskep, waaronder hutsmerke soos *#asatru*, *#norsemythology* en *#odin* geklassifiseer is. Hierdie afdeling is verder onderverdeel om meer spesifiek op die voorkoms van verwysings na spesifieke gode te fokus, asook op simbole, feeste en

diere. Diere het byvoorbeeld ’n belangrike funksie in die Noorse mitologie, waar Odin twee rawe (Huginn en Muninn) en twee wolwe (Freki en Geri) aan sy sy het.

8. Ásatrú is sterk natuurgeoriënteer (Gunstad 2015:26; Von Schnurbein 2016:133; Hanssen 2020:12) en daarom is ’n kategorie vir natuurverwante hutsmerke geskep, waaronder byvoorbeeld *#summer*, *#landscape* en *#snow*.
9. Aangesien Kieser (2019:1) let op die voorkoms van verwysings na die Germane se leefwêreld in die populêre kultuur, is ’n kategorie *populêre kultuur* geskep, waaronder byvoorbeeld *#wardruna*, *#blackmetal* en *#folkmetal* geklassifiseer is. Hierdie kategorie is onderverdeel in *musiek*, *film* en *televisie*.
10. Ander hutsmerke is as *ander* geklassifiseer.

Die klassifikasie van hutsmerke het met ander woorde geskied soos in Figuur 1.



Figuur 1. Die klassifikasie van hutsmerke

Een probleem met die klassifikasie van hutsmerke is egter meerduidigheid – dit is onduidelik of *#vikings* na die kultuur of die televisiereeks verwys, soos *#barbarians* ook na die Germane of die televisiereeks kan verwys en *#ragnarlothbrok* na die legendariese figuur of die karakter in *Vikings*. Probleme met meerduidigheid word in die bespreking hier onder uitgelig.

Downing (2020:201) noem dat nie alle Instagram-gebruikers wat Ásatrú-rekeninge op Instagram volg, beskryf kan word as Ásatrúers ("heidene") nie. In vele gevalle is gebruikers wat rekeninge volg wat Ásatrú-materiaal plaas, bloot mense met 'n belangstelling in hierdie kultuur, nie noodwendig mense wat hierdie geloofsoortuiging deel nie. Dít is 'n belangrike onderskeid om in ag te neem: in die bespreking hier onder is die plasings nie noodwendig van Ásatrúers nie, maar van mense wat belangstel in hierdie kultuur. Von Schnurbein (2016:70) en Dijk (2017:27) skryf ook dat sommige lede van die Yslandse Ásatrúarfélagið – die liggaam wat verantwoordelik is vir die bestuur van Ásatrú in Ysland – nie noodwendig tot die organisasie behoort as gevolg van geloof nie, maar eerder uit 'n erfenisbewaringsoogpunt. Die doel is derhalwe om belangstelling in hierdie deel van die Germaanse erfenis te bestudeer, nie om te bepaal hoe gewild die geloof geword het nie.

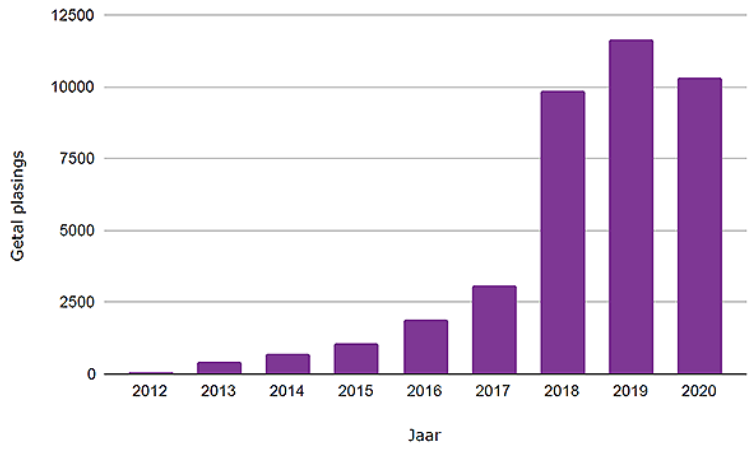
Omdat die huidige ondersoek so 'n groot datastel betrek, is daar nie ruimte om alle fasette van hierdie verskynsel op Instagram te ondersoek nie. Slegs die algemeenste hutsmerke word in berekening gebring en verdere ondersoeke kan moontlik nuanses uitlig. Daar word ook op hutsmerke gefokus en daarom word daar nie 'n poging aangewend om die inhoud van fotoplasings te ondersoek nie. Die hutsmerk *#germanic* is boonop slegs een van vele hutsmerke wat ondersoek kan word – *#vikings* het byvoorbeeld tans bykans vyf miljoen plasings en *#asatru* het meer as 300 000.

7. Resultate en bespreking

7.1 'n Oorsig oor die datastel

Hierdie onderafdeling bespreek die datastel: wanneer plasings gemaak is, wat die aard van plasings is, die mate van reaksies op plasings en die byskrifte wat gebruik is. Die volgende onderafdeling bespreek die hutsmerke wat gebruik is in meer besonderhede.

Daar was 39 219 unieke plasings tussen 10 Februarie 2012 (die datum van die eerste plasing) en 31 Desember 2020, wat beteken dat plasings oor agt jaar teen 'n gemiddeld van 12,04 plasings per dag, 366,53 per maand of 4 902,38 per jaar gemaak is. Plasings het oor die algemeen jaarliks toegeneem, soos in Figuur 2 gesien kan word.



Figuur 2. Die getal plasings per jaar met die hutsmerk *#germanic*

Dit beteken dat daar ’n algemene toename van 18 996% vanaf 2012 tot 2020 plaasgevind het, wat dui op ’n besondere toename in belangstelling in begrippe wat saamhang met die Germane. Neem ook in ag dat Senekal (2020a:219) slegs 7 157 plasings rakende Afrikaanse skrywers kon vind. Die doel van die huidige ondersoek is nie om onderwerpe met mekaar te vergelyk nie, maar bykans 40 000 plasings dui op ’n beduidende belangstelling in hierdie onderwerp, en boonop neem die belangstelling aantoonbaar toe.

Plasings is oorwegend in fotoformaat, met 37 594 foto’s (95,86% van plasings) en 215 skyfies (0,55% van plasings), teenoor 1 410 video’s (3,6% van plasings).

Daar is 6 628 505 keer aangedui dat gebruikers van ’n plasing hou, met ’n gemiddeld van 169,01 houvans per plasing. Die plasing waarvan die meeste mense gehou het, is ’n plasing met 15 038 houvans. Plasings het ook ’n totaal van 198 388 kommentare ontvang, met ’n gemiddeld van 5,06 kommentare per plasing en ’n maksimum van 3 284 kommentare per plasing. 18 430 plasings (46,99% van die totaal) het geen kommentare ontvang nie. In Senekal (2020a:222) word aangedui dat gebruikers gemiddeld 44 houvans per plasing oor Afrikaanse skrywers aangedui het, met ’n maksimum van 2 865 houvans per plasing. Die groot aantal houvans (en tot ’n mindere mate kommentare) rondom *#germanic* dui op ’n groot mate van betrokkenheid van die Instagram-gemeenskap by plasings wat met *#germanic* gemaak word.

Die taal waarin byskrifte geplaas is, is ook herken, maar in sommige gevalle het gebruikers slegs hutsmerke as byskrifte gebruik en is die taal daarom as ongedefinieer aangedui. Byskrifte is in 87 tale geplaas, die meeste daarvan in Engels (19 075 plasings of 48,64% van alle plasings); ongedefinieer (12 183 plasings of 31,06% van alle plasings); Duits (1 478 plasings of 3,77% van alle plasings); Portugees (873 plasings of 2,23% van alle plasings); en Yslands (340 plasings of 0,87% van alle plasings). Die oorwig van Engels is myns insiens daaraan toe te skryf dat Engels ’n wêreldtaal is en gebruikers ’n wye gehoor probeer bereik. Duits se posisie in die derde plek verbaas nie, aangesien Duitsland trouens sy naam (in Engels) van die Germane gekry het, terwyl Yslands se vyfde posisie eweneens nie verbaas nie, aangesien Ysland ’n groot rol in die optekening van Noorse mitologie in die Middeleeue gespeel het en die eerste land was wat Ásatrú as amptelike geloof erken het. Portugees is egter interessant en mag dui op ’n verbintenis met die Vandale en Visigote wat tydens die Völkerwanderung na hedendaagse Portugal en Spanje migreer het (Murdoch en Read 2004:8). Slegs 22 plasings se taal is as Afrikaans herken.

Daar is 683 571 hutsmerke saam met plasings ingesluit, waarvan 56 343 unieke hutsmerke is. Plasings bevat gemiddeld 17,43 hutsmerke per plasing. Die algemeenste hutsmerke word hier onder in meer besonderhede bespreek.

7.2 Die algemeenste hutsmerke

Hierdie onderafdeling bespreek die hutsmerke wat die meeste saam met *#germanic* op Instagram voorkom. Vir die bespreking volg ek die volgorde wat hier bo in die uiteensetting van kategorieë en in Figuur 1 gebruik is en konsentreer op die 10 hutsmerke wat onder elke kategorie die meeste saam met *#germanic* voorkom. Tabelle is verdeel ter wille van leesbaarheid: Tabel 1 dui die hutsmerke aan wat onder *taal en kultuur*, *plekname*, *tydperk*, *erfenis*, *krygerkultuur* en *teks* ingedeel is; Tabel 2 dui die hutsmerke aan wat onder *geloof en mitologie*, *gode*, *simbole*, *diere*, *natuur* en *feeste* ingedeel is; en Tabel 3 dui hutsmerke aan wat

onder *musiek*, *film* en *televisie* ingedeel is. Die getal plasings waarin hutsmerke voorkom, word telkens by elke onderafdeling weergegee.

Tabel 1A dui die 10 algemeenste hutsmerke aan wat onder *taal en kultuur* geklassifiseer is. Hier kan ’n duidelike verband tussen die Germaanse taal en kultuur en dié van Skandinawië gesien word, byvoorbeeld deur hutsmerke soos *#norse*, *#northmen* en *#icelandic* wat almal gereeld saam met *#germanic* voorkom. Hedeager (2008:12) se opmerking dat die Germane se identiteit vervleg is met Skandinawië word met ander woorde ook aangetref op Instagram, soos gesien kan word in die hutsmerke wat gebruikers saam met *#germanic* plaas. Die hutsmerk *#celtic* is ook interessant omdat dit op ’n noue verbintenis tussen die Germane en die Kelte op Instagram dui, terwyl hulle in die eerste eeue n.C. ook in noue kontak met mekaar was (Murdoch en Read 2004:4).

Tabel 1B dui plekke aan wat met die Germane verbind word en hier is dit veral Noord-Europa wat sentraal staan: Skandinawië, Europa en lande soos Noorweë, Ysland, Duitsland, Swede en Finland. Die verband tussen Skandinawië en die Germaanse volke bestaan met ander woorde steeds duidelik op Instagram. Hierdie verskynsel kan selfs duideliker gesien word in die kaart in Figuur 3 hier onder, waar ’n sterk konsentrasie in Skandinawië en Duitsland voorkom, met minder plekname in die res van Europa en baie min op ander kontinente. Dit is ook opvallend dat verwysings na Suid-Afrika nie voorkom onder die 2 000 algemeenste hutsmerke in dié datastel nie.

Tabel 1C dui tydperke aan wat met die Germane verbind word en hier kan gesien word dat veral die Donker Eeue (vroeë Middeleeue) met die Germaanse volke verbind word, wat ook oorvleuel met die Völkerwanderung, maar ook die Middeleeue oor die algemeen, die Ystertydperk, die Völkerwanderung en die Vendel-tydperk (c. 550–800 n.C.) word met die Germane verbind.

Tabel 1D dui die algemeenste hutsmerke aan wat onder *erfenis* geklassifiseer is. Hieronder val algemene hutsmerke wat met tradisies, voorouers en geskiedenis saamhang.

Tabel 1E dui hutsmerke aan wat met ’n krygerkultuur verbind kan word. Hier is dit interessant dat byle op hierdie platform meer gereeld as swaarde met *#germanic* geassosieer word. *#berserker* en *#ulfhednar* verwys na die Oudnoorse terme *bersekr* (“beerhemp”) en *ulfheðnar* (“wolfjas”), wat krygers is wat in die *fornaldarsögur* met Odin verbind word (Raudvere 2008:242). *#shieldmaiden* verwys na ’n vroulike kryger en is ’n begrip wat die televisiereeks *Vikings* deur die karakter Lagartha (gespeel deur Katheryn Winnick) gepopulariseer het, wat in die reeks Ragnar Lothbrok se eerste vrou is. Saxo Grammaticus (2015a:633) verwys na haar as Lathgertha:

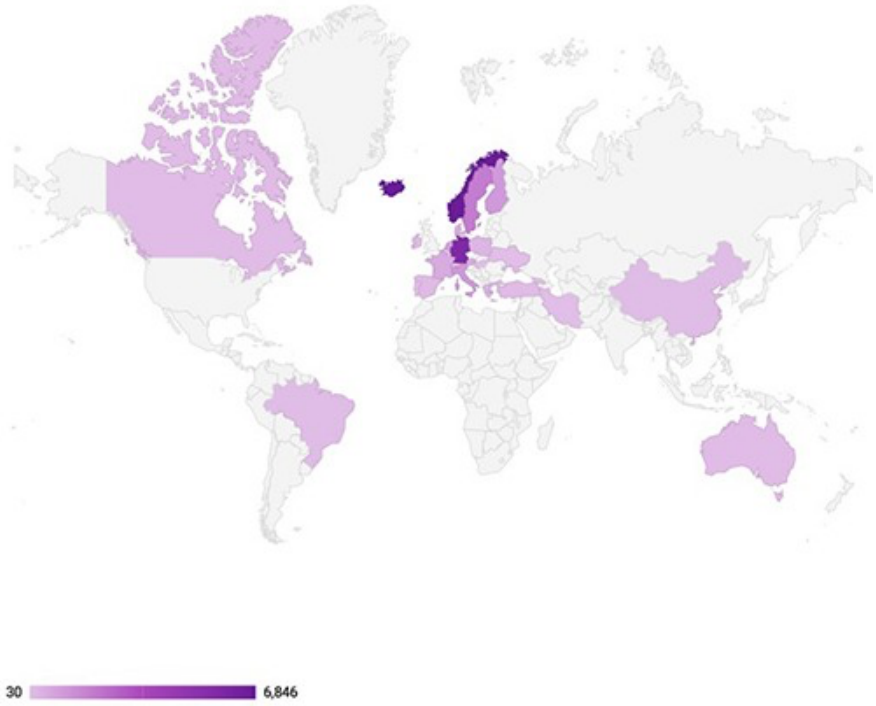
> Among these had appeared Lathgertha, a skilled female fighter, who bore a man’s temper in a girl’s body; with locks flowing loose over her shoulders she would do battle in the forefront of the most valiant warriors. Everyone marvelled at her matchless feats, for the hair to be seen flying down her back made it clear that she was a woman; as soon as Ragnar had laid his grandfather’s slayer in the dust, he made particular enquiries of his fellow-soldiers as to the identity of the girl he had noted in the vanguard; he confessed that his victory was due to her energy alone. Having discovered that she was of distinguished foreign birth, he set about wooing her with determination through intermediaries.

Tabel 1F dui die tekste aan wat die meeste in hutsmerke vermeld word. *#germania* is hier geneem as Tacitus se teks, alhoewel dit ook na die geografiese gebied sou kon verwys en daarom moet die groot verskil tussen *#germania* en *#beowulf* versigtig hanteer word. Ander belangrike tekste, volgens die hutsmerke wat die meeste saam met *#germanic* voorkom, is *Beowulf*, die (Yslandse) sagas, die *Eddas* (insluitend die *Hávamál*) en die *Nibelungenlied* (Anoniem 2010), waar Siegfried (Sigurd) en Kriemhild (Gudrun) die hoofkarakters is.

Tabel 1. Hutsmerke wat die meeste saam met *#germanic* voorkom

1A	**Getal voorkomste:**	**132 728**	**1B**	**Getal voorkomste:**	**47 141**
Rang	**Taal en kultuur**	**Telling**	**Rang**	**Plekname**	**Telling**
1	*#germanic*	31 647	1	*#scandinavia*	8 148
2	*#viking*	13 932	2	*#norway*	6 572
3	*#norse*	13 599	3	*#iceland*	6 146
4	*#barbarian*	7 248	4	*#germany*	2 696
5	*#norseman*	7 021	5	*#europe*	2 071
6	*#northmen*	6 737	6	*#scandinavian*	1 898
7	*#icelandic*	5 261	7	*#sweden*	1 736
8	*#nordic*	3 924	8	*#european*	1 214
9	*#celtic*	3 191	9	*#finland*	1 090
10	*#german*	1 805	10	*#europa*	844
1C	**Getal voorkomste:**	**12 283**	**1D**	**Getal voorkomste:**	**13 632**
Rang	**Tydperk**	**Telling**	**Rang**	**Erfenis**	**Telling**
1	*#thedarkages*	7 506	1	*#history*	2 909
2	*#medieval*	1 224	2	*#tradition*	806
3	*#ancient*	829	3	*#oldways*	782
4	*#ironage*	489	4	*#ancestors*	742
5	*#darkage*	365	5	*#folklore*	693
6	*#middleages*	289	6	*#heritage*	597
7	*#earlymedieval*	263	7	*#livinghistory*	494
8	*#migrationperiod*	230	8	*#historical*	435
9	*#vendel*	186	9	*#traditional*	415
10	*#mittelalter*	138	10	*#tribal*	360
1E	**Getal voorkomste:**	**13 145**	**1F**	**Getal voorkomste:**	**11 287**
Rang	**Krygerkultuur**	**Telling**	**Rang**	**Teks**	**Telling**
1	*#vikingwarrior*	6 691	1	*#germania*	8 332
2	*#warrior*	1 239	2	*#beowulf*	1 061
3	*#berserker*	657	3	*#saga*	435

4	*#shieldmaiden*	524	4	*#havamal*	407
5	*#warriors*	435	5	*#edda*	401
6	*#axe*	334	6	*#siegfried*	128
7	*#ulfhednar*	293	7	*#nibelungen*	85
8	*#sword*	289	8	*#nibelungenlied*	72
9	*#honor*	276	9	*#kriemhild*	64
10	*#battle*	271	10	*#poeticedda*	59



Figuur 3. Plekname wat met *#germanic* geassosieer word

Tabel 2 dui ’n paar verdere hutsmerke en verbintenisse aan. Soos Tabel 1, is Tabel 2 ter wille van ruimtebesparing onderverdeel.

In Tabel 2A word die algemeenste hutsmerke gesien wat onder *geloof en mitologie* geklassifiseer is. Hier is verskeie hutsmerke wat op die heidense geloof betrekking het, asook Midgard (die plek waar die mens in die Noorse mitologie woon) en die runes. Dit is nie hier moontlik om te bepaal of die gebruik van hutsmerke dui op gebruikers se geloofsoortuigings nie.

Tabel 2B dui die gode aan wat die meeste in hutsmerke genoem is. Hier is hutsmerke gekombineer om vir variasies in spelling voorsiening te maak – *#odin*, *#woden*, *#wotan*, *#wuotan* en *#odinn* is byvoorbeeld as Odin gekombineer. Ek volg die spelling in Afrikaans soos voorgestel deur Marais (2014:218–20). Omskrywings, byvoorbeeld *#allfather*, *#oneeye* en *#godofthunder*, is ook omgeskakel na die naam van die god, hier onderskeidelik na Odin en Thor. Odin kan in Tabel 1B gesien word as die god wat die meeste genoem word, gevolg deur Thor en Frey. Die verskil tussen die getal vermeldings van Odin en Thor is egter groot, wat sy

belangrikheid beklemtoon. Hierdie vooropstelling van Odin is interessant in die lig van Simek (2004:81) se opmerking dat Odin ook die dominante god tydens die Ystertydperk was en Beuermann (2011:370) se beklemtoning daarvan dat Odin tydens die Viking-era met die heersersklas verbind word. Odin oorheers met ander woorde die diskoers op Instagram in die 2010's, soos hy die Viking-era en die Ystertydperk gedomineer het. Alhoewel verwysing na Nerthus min in hierdie datastel voorkom, is haar teenwoordigheid op hierdie lys interessant omdat sy een van min Germaanse gode is wat deur Tacitus (1999:58) by die naam genoem word. Skadi (Skaði) is ook interessant, alhoewel daar nie gereeld na haar verwys word nie; sy word met die winter, die dood en wolwe verbind (Gimbutas 1999:194).

Tabel 2C dui die simbole aan wat die meeste genoem word. Thor se hamer (*mjolnir*) neem 'n sentrale posisie in, asook die *vegvísir*, wat in Figuur 4 hier onder gesien kan word. Mjolnir word hier as simbool geklassifiseer omdat dit meestal as simbool gebruik word, nie slegs as verwysing na Thor se wapen nie. Die *vegvísir* en *ægishjálmur* word wyd met die Viking-era geassosieer, maar dateer uit latere Yslandse manuskripte (1400–800) (Bennett en Wilkins 2020:1305). Nietemin kan hier gesien word dat hierdie twee simbole tans sterk met die Germaanse leefwêreld verbind word. Ander simbole wat met *#germanic* verbind word, sluit die valknut en die sonwiel in. Die valknut word gewoonlik met Odin verbind en kan ook in Figuur 4 hier onder gesien word. Alhoewel die swastika nie noodwendig 'n Nazi-simbool is nie, kan dit as 'n Nazi-simbool gelees word, maar hierdie simbool kom slegs in 49 plasings voor. Aansluitend hierby is hutsmerke nagegaan vir neo-Nazi-terme en simbole, maar *#whitepeople* kom slegs 92 keer voor, *#rightwing* kom 86 keer voor en *#nazi* kom 42 keer voor. Die assosiasie van *#germanic* met Nazisme is met ander woorde gering, ten minste ten opsigte van hutsmerke.

Tabel 2D wys die diere wat die meeste saam met *#germanic* genoem word. Soos met die gode in Tabel 1B is diere hier gekombineer om vir verskillende tale en spellings voorsiening te maak. Daar is byvoorbeeld *#varg* wat dui op die Oudnoorse vorm van *wolf*. Mitologiese diere, soos die wolf Fenrir, die slang Jormungand, Odin se perd Sleipnir en Odin se rawe Huginn en Muninn, word ook hier as diere geklassifiseer. Hier kan duidelik gesien word dat die wolf die sterkste met *#germanic* verbind word, gevolg deur die raaf. Die kategorie *algemeen* verwys na hutsmerke waar geen spesifieke diere genoem word nie, byvoorbeeld *#animal*.

Tabel 2E lys die algemeenste hutsmerke wat na die natuur verwys en hier is dit opvallend dat woude en die winter 'n belangrike rol speel. Woude en berge speel 'n belangrike rol in Skandinawiese black metal (Kahn-Harris 2007:41), en so ook die ekstreme klimaat van Skandinawië (Von Schnurbein 2016:339). Soos Skandinawiese black metal die omgewing en klimaat van Skandinawië met Noorse mitologie in verband bring, is daar met ander woorde ook 'n verband tussen hierdie klimaat en die hutsmerk *#germanic* (*#summer* kom 131 keer voor en *#spring* kom 143 keer voor – minder as die helfte soveel keer as *#winter*). Boonop haal Murdoch (2004:58) vir Gill (2002:179) aan wat skryf oor die sielkundige impak van die Slag van Teutoburg-woud:

> The slaughter in the Teutoburg Forest divided Europe into the warm south, who forever saw forests as dreadful places to be avoided and cleared, homes to dragons and trolls, antitheses of the civilized city, and the north, who understood them to be healing, protecting, mystical, spiritual places. How you feel about a silent birch forest at twilight says more about your blood and your kin than your passport.

Die verbintenis tussen die hutsmerk *#germanic* en woude wat op Instagram bestaan, bestaan met ander woorde ook in black metal en volgens Gill is hierdie verband tussen die Germane en die woud 'n gevolg van die Slag van Teutoburg-woud.

Tabel 2F wys die algemeenste hutsmerke wat na feeste verwys. Yule/Jul/Kersfees neem hier die dominante posisie in. Feeste soos Samhain en Beltane word gewoonlik eerder geassosieer met Keltiese gelowe en Wicca, en hul teenwoordigheid op hierdie lys dui op die noue verbintenis tussen Ásatrú, Kelties en Wicca wat deur Von Schnurbein (2016:51–3) bespreek word.

Tabel 2. Verdere hutsmerke wat die meeste saam met *#germanic* voorkom

2A	**Getal voorkomste:**	**113 681**	**2B**	**Getal voorkomste:**	**16 059**
Rang	**Geloof en mitologie**	**Telling**	**Rang**	Gode	**Telling**
1	*#norsemythology*	9 792	1	Odin	8 978
2	*#pagan*	8 666	2	Thor	2 913
3	*#norsepagan*	7 594	3	Loki	884
4	*#midguard*	6 307	4	Frikka	599
5	*#heathen*	5 402	5	Tyr	521
6	*#odin*	4 447	6	Freya	274
7	*#asatru*	3 837	7	Heimdall	161
8	*#runes*	3 288	8	Skadi	67
9	*#paganism*	3 249	9	Njord	58
10	*#thor*	2 381	10	Nerthus	37
2C	**Getal voorkomste:**	**1 631**	**2D**	**Getal voorkomste:**	**2 600**
Rang	**Simbole**	**Telling**	**Rang**	**Diere**	**Telling**
1	*#mjolnir*	448	1	wolf	971
2	*#vegvisir*	250	2	raaf	672
3	*#thorshammer*	210	3	arend	224
4	*#valknut*	202	4	slang	205
5	*#helmofawe*	134	5	algemeen	159
6	*#sunwheel*	126	6	perd	121
7	*#aegishjalmur*	93	7	takbok	82
8	*#thorhammer*	85	8	beer	78
9	*#swastika*	49	9	hond	56
10	*#celticknots*	34	10	kraai	32

2E	**Getal voorkomste:**	**11 659**	**2F**	**Getal voorkomste:**	**1 369**
Rang	**Natuur**	**Telling**	**Rang**	**Feeste**	**Telling**
1	*#landscape*	4 089	1	*#yule*	452
2	*#nature*	1 482	2	*#christmas*	263
3	*#winteriscoming*	1 002	3	*#yuletide*	215
4	*#forest*	554	4	*#solstice*	115
5	*#winter*	325	5	*#easter*	83
6	*#natur*	210	6	*#samhain*	77
7	*#autumn*	181	7	*#jul*	72
8	*#woods*	179	8	*#beltane*	59
9	*#sun*	144	9	*#yuletideseason*	33
10	*#spring*	143	10		

Tabel 3 dui hutsmerke aan wat na populêre kultuur verwys. Soos met Tabel 1 en 2 is die tabel onderverdeel om plek te bespaar.

Tabel 3A wys die hutsmerke wat na musiek verwys en wat die meeste saam met *#germanic* voorkom. Wardruna en Faun word die meeste genoem, gevolg deur Heilung (*#heilung*, *#heilungband* en *#mariafranz*), maar die verbintenis met metal is ook duidelik te sien uit die verskeie hutsmerke wat hiermee saamhang. Die hutsmerke wat na metal verwys, is egter algemene hutsmerke, en individuele groepe, soos Amon Amarth, kom nie so gereeld voor nie (*#amonamarth* kom byvoorbeeld slegs 37 keer voor). Varg Vikernes se sentrale posisie in hierdie diskoers is egter duidelik te sien daarin dat hierdie hutsmerk die vyfde meeste in hierdie kategorie voorkom. Hutsmerke wat met musiek verbind kan word, kom 16 223 keer in hierdie datastel voor, wat toon dat musiek ’n belangrike rol in hierdie diskoers speel. Let ook daarop dat *#wardruna* en *#faunband* elk meer as 6 000 keer in hierdie datastel voorkom – hulle is onderskeidelik die 16de en 22ste algemeenste hutsmerke wat saam met *#germanic* voorkom.

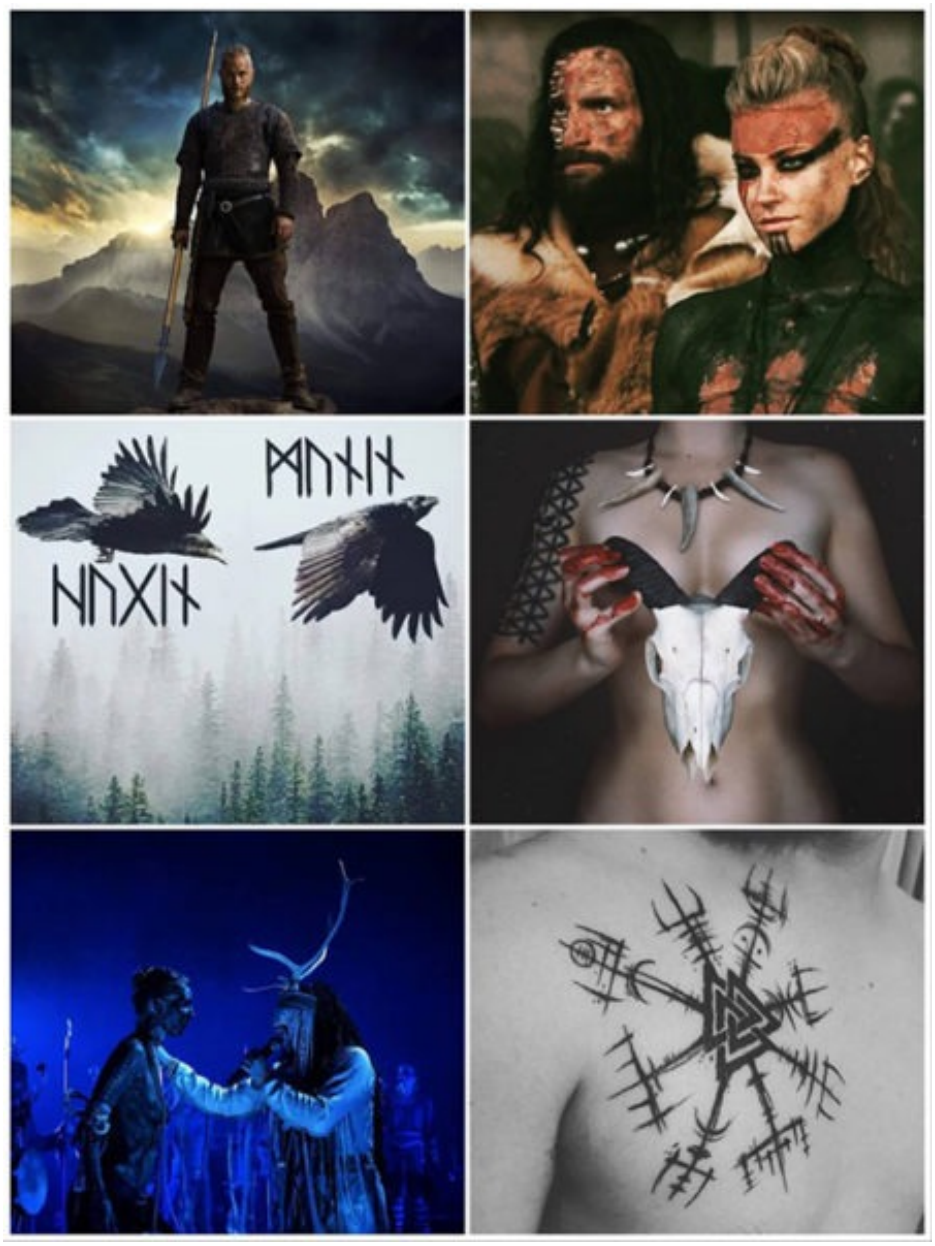
Verwysings na films, soos weergegee in Tabel 3B, is egter skaars. Slegs *Conan the barbarian* (dit is onduidelik na watter weergawe hutsmerke verwys, 1982 of 2011) ontvang ’n beduidende getal verwysings, terwyl dit onduidelik is of *#harrypotter* en *#lordoftherings* (en laasgenoemde se afkorting, *#lotr*) na die oorspronklike boeke of filmverwerkings verwys. Alhoewel dit belangrik was om verwysings na films te toets soos verwysings na TV-reekse en musiek getoets is, dui die lae voorkoms van filmverwante hutsmerke daarop dat films nie so belangrik in hierdie diskoers op Instagram is soos byvoorbeeld musiek nie.

Verwysings na televisiereekse, soos weergegee in Tabel 3C, is problematies omdat *#vikings* en *#barbarians* nie noodwendig na die televisiereekse verwys nie, soos ook die geval is met *#ragnar* en *#ragnarlothbrok*. *The witcher* (2019–2021) en *Game of thrones* (2011–2019) is boonop fantasiereekse wat nie duidelik betrekking het op die Germane nie. As gevolg van die meerduidigheid van die hutsmerke *#vikings* en *#barbarians* is dit moeilik om op grond van die voorkoms van hutsmerke ’n geldige afleiding oor televisiereekse se posisie in hierdie diskoers te maak. Myns insiens is ’n groot deel van die plasings wat *#vikings* en *#barbarians* noem, verwysings na televisiereekse, maar die presiese verhouding kan nie hier bepaal word nie.

Tabel 3. Verdere hutsmerke wat die meeste saam met *#germanic* voorkom

3A	**Getal voorkomste:**	**16 223**	**3B**	**Getal voorkomste:**	**4 063**
Rang	**Musiek**	**Telling**	**Rang**	**Film**	**Telling**
1	*#wardruna*	6 787	1	*#conanthebarbarian*	3 628
2	*#faunband*	6 542	2	*#krampus*	168
3	*#blackmetal*	536	3	*#harrypotter*	96
4	*#metal*	450	4	*#krampusnacht*	86
5	*#vargvikernes*	271	5	*#lotr*	44
6	*#heilung*	248	6	*#lordoftherings*	41
7	*#metalhead*	193	7		
8	*#heavymetal*	176	8		
9	*#heilungband*	172	9		
10	*#mariafranz*	123	10		
3C	**Getal voorkomste:**	**19 579**			
Rang	**Televisie**	**Telling**			
1	*#vikings*	11 793			
2	*#thewitcher*	1 192			
3	*#thewitcher3*	985			
4	*#vikingsfan*	980			
5	*#thegameofthrones*	978			
6	*#thewitcher2*	978			
7	*#ragnarlothbrok*	620			
8	*#ragnar*	531			
9	*#barbarians*	470			
10	*#thewitcher3wildhunt*	256			

Figuur 4 verskaf ses voorbeelde van Instagram-plasings wat met die hutsmerk *#germanic* in hierdie datastel gemaak is. Kloksgewys is dit die karakter Ragnar Lothbrok (gespeel deur Travis Fimmel) van die televisiereeks *Vikings*, ’n toneel uit die televisiereeks *Barbarians*, ’n kunsfoto, ’n tatoeëermerk van die *vegvísir* met die valknut in die middel, Maria Franz van Heilung tydens ’n vertoning, en Odin se rawe, Huginn en Muninn (die gepaardgaande runes spel Huginn en Muninn). Die bloed op die hande in die kunsfoto is ook beduidend: Die term vir ’n ritueel in Ásatrú is *blót*, wat letterlik *bloed* in Oudnoors beteken maar ook *offerande* beteken (Von Schnurbein 2016:106; Dijk 2017:32; Hanssen 2020:18).



Figuur 4. Ses voorbeelde van Instagram-plasings met die hutsmerk *#germanic*

Met bykans 40 000 plasings op Instagram oor die afgelope agt jaar en met inagneming van die toename in die getal plasings per jaar is dit duidelik dat belangstelling in die Germane se leefwêreld toeneem. Instagram-gebruikers assosieer duidelik die Germane met Noord-Europa en veral Skandinawië. Dieselfde gode neem sentrale posisies in en die Germane word tot 'n groot mate met 'n krygerkultuur geassosieer. Hierdie kontinuïteit verras nie, omdat die Germane se geloof en kultuur herskep is op grond van die verskeie inligtingsbronne wat vroeër in die artikel bespreek is. Dit is egter interessant dat Instagram-gebruikers blykbaar kennis dra van wat oor die afgelope paar dekades oor die Germane gepubliseer is, insluitende belangrike tekste. Dit toon dat Instagram-gebruikers wat plasings maak met die hutsmerk *#germanic*, aktief mee-doen aan die versameling en verspreiding van inligting op hierdie platform. Dit is met ander woorde 'n aanduiding van 'n ingeligte groep gebruikers wat aan hierdie gesprek deelneem.

Musiek neem ’n belangrike posisie in hierdie oplewing in belangstelling in en dit is veral die groepe Wardruna, Faun en Heilung wat uitgelig is, tesame met metal-groepe. Heilung en Wardruna se posisie tussen volksmusiek en metal is in hierdie opsig interessant, omdat dit voorkom of hulle ’n wyer gehoor kan aanspreek as die metal-groepe, maar terselfdertyd verskaf hulle ’n brug met die televisiereeks *Vikings* wat – gegewe die voorkoms van ’n hutsmerk soos *#shieldmaiden* – ook ’n belangrike rol in hierdie oplewing in belangstelling speel.

Die gebruik van hutsmerke wat duidelik saamhang met geloofsoortuigings, byvoorbeeld *#asatru*, skep ook die indruk dat Instagram dieselfde toename in belangstelling in die kultuur van die Germane weerspieël wat deur Von Schnurbein (2016:54) gemerk is. Dit is egter ook interessant dat daar min hutsmerke in die datastel voorgekom het wat ooglopend met neo-Nazi-bewegings verbind kan word, wat daarop mag dui dat belangstelling in die Germane se tradisies minder bagasie dra as wat voorheen die geval was.

8. Ten slotte

Hierdie ondersoek het op vorige kwalitatiewe verkennings van die uitbeelding van die Germane se leefwêreld op Instagram gevolg en ’n kwantitatiewe oorsig oor dié verskynsel op hierdie platform gebied. Met inagneming van bykans 40 000 plasings oor agt jaar (van die eerste plasing in 2012 tot einde 2020) is die gebruik van hutsmerke ondersoek. Wat veral treffend na vore kom, is dat Instagram-gebruikers die Germane sterk verbind met Noord-Europa. Hulle plaas Odin en Thor in ’n prominente posisie soos hierdie gode ook ’n prominente posisie sedert die Ystertydperk beklee het, en hulle gebruik populêre kultuur – veral musiek – in hierdie hernude belangstelling. Die toename in plasings stem ook ooreen met kenners soos Von Schnurbein (2016:54) se stellings dat daar ’n hernude belangstelling in hierdie onderwerp is. Alhoewel neo-Germaanse bewegings na die Tweede Wêreldoorlog in die skadu van Nazisme moes funksioneer, is dit duidelik uit die ontleding van hutsmerke dat belangstelling in die Germane se leefwêreld tot ’n groot mate hierdie verbintenis afgeskud het, alhoewel nie volkome nie.

Die hutsmerk *#germanic* ondervang egter nie die totale skaal van hierdie hernude belangstelling nie; hutsmerke soos *#vikings* is aansienlik gewilder. Toekomstige navorsing kan groter datastelle rondom meer gewilde hutsmerke verken. Die onderhawige ondersoek het ook nie ’n onderskeid getref tussen belangstelling en geloofsoortuigings nie, en die inhoud van foto’s is nie ondersoek nie.

Bibliografie

Anoniem. 1928. *The poetic Edda*. Austin: University of Texas.

—. 2001. *Beowulf: A new verse translation*. New York: W.W. Norton & Company.

—. 2008. *The Vinland sagas*. Londen: Penguin Classics.

—. 2009. *The sagas of Ragnar Lodbrok*. New Haven: The Troth.

—. 2010. *The Nibelungenlied: The lay of the Nibelungs*. Oxford: Oxford University Press.

—. 2020. Heilung react to incident at show: "We do not tolerate hate speech and racism." https://www.brooklynvegan.com/heilung-react-to-show-incident-we-do-not-tolerate-hate-speech-and-racism (4 Januarie 2021 geraadpleeg).

Barnes, M.P. 2008. The Scandinavian languages in the Viking Age. In Brink en Price (reds.) 2008:274–80.

Bennett, L. en K. Wilkins. 2020. Viking tattoos of Instagram: Runes and contemporary identities. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(5/6):1301–14.

Beuermann, I. 2011. The long adaptation of Pagan and Christian ideologies of rulership. In Steinsland e.a. (reds.) 2011:367–86.

Brink, S. en N. Price (reds.) 2008: *The Viking world*. Londen en New York: Routledge.

Brockell, G. 2019. The accused New Zealand shooter and an all-white Europe that never existed. https://www.washingtonpost.com/history/2019/03/16/accused-new-zealand-shooter-an-all-white-europe-that-never-existed (20 Januarie 2021 geraadpleeg).

Dijk, L. 2017. Ásatrú. An enchanting hybrid of past and present. MA-verhandeling, Universiteit van Ysland.

Downing, R. 2020. Hashtag heathens: Contemporary Germanic pagan feminine visuals on Instagram. *Pomegranate. The International Journal of Pagan Studies*, 21(2):186–209.

Faulkes, A. 2008. Snorri Sturluson: His life and work. In Brink en Price (reds.) 2008:311–4.

Forssling, G.E. 2020. *Nordicism and modernity*. Cham, Switserland: Springer International Publishing.

Gill, A.A. 2002. *A.A. Gill is away*. Londen: Cassell.

Gimbutas, M.A. 1999. *The living goddesses*. Berkeley: University of California Press.

Grammaticus, S. 2015a. *Gesta Danorum: The history of the Danes Vol. 1*. K. Friis-Jensen (red.). Oxford: Oxford University Press.

—. 2015b. *Gesta Danorum: The history of the Danes Vol. 2*. K. Friis-Jensen (red.). Oxford: Oxford University Press.

Granholm, K. 2011. "Sons of northern darkness": Heathen influences in black metal and neofolk music. *Numen*, 58(4):514–44.

Gräslund, A.-S. 2008. The material culture of Old Norse religion. In Brink en Price (reds.) 2008:249–56.

Grönbech, V. 2010. *The culture of the Teutons*. Liberty, MO: Jotun's Bane Kindred.

Gunstad, M.F. 2015. Rase og religion. Særtrekk ved Varg Vikernes' ideologi sammenlignet med den klassiske nazismen. MA-verhandeling, Universiteit van Oslo.

Hannasvik, M.T. 2020. Spor av kristen religion i Den eldre Edda? ─ Voluspå som eksempel. BA-skripsie, VID vitenskapelige høgskole.

Hanssen, J.A. 2020. #paganmen. Iscenesettelse av maskulinitet hos nypaganistiske grupper. MA-verhandeling, Universiteit van Oslo.

Hedeager, L. 2008. Scandinavia before the Viking Age. In Brink en Price (reds.) 2008:11–22.

Hultgård, A. 2008. The religion of the Vikings. In Brink en Price (reds.) 2008:212–8.

Ichau, E., T. Frissen en L. d'Haenens. 2019. From #selfie to #edgy. Hashtag networks and images associated with the hashtag #jews on Instagram. *Telematics and Informatics*, 44:101275.

Jesch, J. 2008. Poetry in the Viking Age. In Brink en Price (reds.) 2008:291–8.

Kahn-Harris, K. 2007. Extreme metal: Music and culture on the edge. Oxford: Berg.

Kelley, K. 2021. Is "QAnon Shaman" from MAGA Capitol Riot covered in neo-Nazi imagery? https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/qanon-shaman-maga-capitol-riot-rune-pagan-imagery-tattoo-1111344 (12 Januarie 2021 geraadpleeg).

Kieser, T. 2019. Al(t-Right) Father? Germanic neopaganism, Nordic nationalism, and modern reception of Old Norse religion and the Vikings. MA-verhandeling, Universiteit van Oslo.

Klitgaard, J.A.H. 2018. In search of askr Yggdrasill. A phenomenological approach to the role of trees in Old Nordic religions. MA-verhandeling, Félagsvísindasvið Háskóla Íslands.

Lönnroth, L. 1997. The Vikings in history and legend. In Sawyer (red.) 1997:225–49.

—. 2008. The Icelandic sagas. In Brink en Price (reds.) 2008:304–10.

Marais, C. 2014. Die neerslag van die Noorse mitologie in enkele Afrikaanse en Nederlandse letterkundige werke. MA-verhandeling, Universiteit van Johannesburg.

Murdoch, A. 2004. Germania Romana. In Murdoch en Read (reds.) 2004:55–72.

Murdoch, B. en M. Read. 2004. Introduction. In Murdoch en Read (reds.) 2004:1–24.

Murdoch, B. en M. Read (reds.). 2004: Early Germanic literature and culture. Rochester: Camden House.

Price, N. 2008a. Dying and the dead. In Brink en Price (reds.) 2008:257–73.

—. 2008b. Sorcery in Old Norse belief. In Brink en Price (reds.) 2008:244–8.

Raudvere, C. 2008. Popular religion in the Viking Age. In Brink en Price (reds.) 2008:235–43.

Robb, J. 2013. Wardruna – An in depth interview with brilliant Norwegian band with Viking roots music. https://louderthanwar.com/wardruna-an-interview-with-brilliant-norwegian-band-with-viking-roots-music-who-play-london-in-oct (11 Januarie 2021 geraadpleeg).

Roe, S. 2019. Against the modern world: NeoFolk and the authentic ritual experience. *Literature & Aesthetics*, 29(2):15–31.

Ross, M.C. 2008. The creation of Old Norse mythology. In Brink en Price (reds.) 2008:231–4.

Sawyer, P. (red.). 1997. *The Oxford illustrated history of the Vikings*. Oxford: Oxford University Press.

Schjødt, J.P. 2008. The Old Norse gods. In Brink en Price (reds.) 2008:219–22.

Senekal, B.A. 2020a. 'n Hond, 'n hottentotsgot en literêre prestige: Instagram as rolspeler in die Afrikaanse literêre sisteem. *LitNet Akademies*, 17(3):211–40.

—. 2020b. Instagram volksonomie as komplekse netwerke. *Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Natuurwetenskap en Tegnologie*, 39(1):61–7.

—. 2020c. 'n Ontleding van drie Suid-Afrikaanse uitgewerye (NB-Uitgewers, Lapa Uitgewers en Protea Boekhuis) se Instagram-plasings. *LitNet Akademies*, 17(3):59–81.

Shaw, P. 2007. The origins of the theophoric week in the Germanic languages. *Early Medieval Europe*, 15(4):386–401.

Sheldon, R.M. 2001. Slaughter in the forest: Roman intelligence mistakes in Germany. *Small Wars & Insurgencies*, 12(3):1–38.

Simek, R. 2004. Germanic religion and the conversion to Christianity. In Murdoch en Read (reds.) 2004:73–102.

Sommer, T. 2020. Heilung: The must-see band of 2020 is The Flinstones in Hell https://rockandrollglobe.com/experimental/heilung-the-must-see-band-of-2020-is-the-flinstones-in-hell (4 Januarie 2021 geraadpleeg).

Sørensen, P.M. 1997. Religions old and new. In Sawyer (red.) 1997:202–24.

Steinsland, G., J.V. Sigurðsson, J.E. Rekdal en I. Beuermann (reds.). 2011. *Ideology and power in the Viking and Middle Ages. Scandinavia, Iceland, Ireland, Orkney and the Faeroes*. Leiden: Brill.

Sturluson, S. 1991. *Heimskringla: History of the Kings of Norway*. Austin: University of Texas Press.

—. 2012. *The Uppsala Edda*. Londen: Viking Society for Northern Research.

Szőke, V. 2018. The Norwegian rune poem in context: structure, style and imagery. *L'Analisi Linguistica e Letteraria*, 26(1):5–32.

Tacitus. 1999. *Agricola and Germany*. Oxford: Oxford University Press.

Teitelman, B. 2019. Folk-metal group Heilung talks second album "Futha", soundtracking primetime TV and finding a new female energy. https://www.billboard.com/articles/columns/rock/8517649/heilung-futha-interview-vikings (4 Januarie 2021 geraadpleeg).

Unger, M.P. 2016. *Sound, symbol, sociality: The aesthetic experience of extreme metal music*. Londen: Palgrave Macmillan.

Von List, G. 1988. *The secret of the runes*. Rochester: Destiny Books.

Von Schnurbein, S. 2016. *Norse revival: Transformations of Germanic neopaganism*. Leiden: Brill.

Wells, P.S. 2004. *The battle that stopped Rome: Emperor Augustus, Arminius, and the slaughter of the legions in the Teutoburg forest*. New York: W.W. Norton & Company.

Zorzi, M. 2018. The grand fashion of Heilung & their iconic sound. https://newnoisemagazine.com/grand-fashion-heilung-iconic-sound (4 Januarie 2021 geraadpleeg).

Eindnotas

[1] Die Viking-era word gewoonlik afgebaken tussen 793 en 1066 n.C., datums wat onderskeidelik na die aanval op Lindisfarne en die Slag van Stamford Bridge in Engeland verwys (Brink 2008:5). Tvauri (2012:18) merk op dat hierdie datums duidelik Brits-georiënteer is en Lund (1997:181) stel voor dat 1086 as die einde van hierdie tydperk geneem kan word. Die afbakening van die Viking-era sal afhang van perspektief, maar rofweg begin hierdie tydperk in die 8ste en eindig in die 11de eeu.

[2] *Tyr* is herkenbaar in die Noorweegse en Deense *Tirsdag*, maar Simek (2004:82) en Shaw (2007:387) skryf dat daar etimologiese probleme daarmee bestaan om Tyr met die Nederlandse Dinsdag en Duitse Dienstag te verbind.

[3] Vir meer inligting oor hierdie genre, sien Unger (2016), Kahn-Harris (2007) of Senekal (2011).

[4] Die gereelde uitdrukking wat gebruik is, is: "=IFERROR(ARRAYFORMULA(TRIM(LOWER(SPLIT(REGEXREPLACE(Instagram!A2:A40000, "((^|\s)[^#]\S*)|([^#\w\s]\S*)", ""),," "))))),"")," waar byskrifte in Kolom A op die spreivel Instagram is.

[5] Die taal van byskrifte is herken met die Google Sheets-funksie: “=Detectlanguage(A2)”.

[6] Woorde is getel met behulp van die volgende gereelde uitdrukking: “=IFERROR(IF(A2="","",COUNTA(SPLIT(A2," "))),"")”, waar die teks in sel A2 is.