

Kolofon

Nanna Kann-Rasmussen

Resumé

Kolofon

8. årgang, nr. 1, udgivet august 2019

ISSN (online) 2245-294X

© Forfatterne og Institut for Informationsstudier. Det er tilladt at kopiere frit til privat brug med tydelig kildeangivelse. Kopiering i større omfang til undervisningsbrug o.l. kan kun ske efter indhentning af forfatterens og INF's tilladelse eller i henhold til kopieringsaftale med Copy-Dan.

Redaktion:

Nanna Kann-Rasmussen (ansvh.)

Karen Louise Grova Søylen

Patrick Heiberg Kapsch

Johan Lau Munkholm

Nanna Kann-Rasmussen, Lektor, Institut for kommunikation, Københavns Universitet,
nanna.kann.rasmussen@hum.ku.dk

Introduktion

Velkommen til det nye nummer af Nordisk Tidsskrift for Informationsvidenskab og Kulturformidling. I dette nummer bringer vi 3 fagfællebedømte forskningsartikler og 1 anmeldelse.

Den første forskningsartikel *Billedindeksering og sociale medier* er skrevet af Susanne Ørnager og Håkon Lund. Artiklen behandler, på baggrund af en litteraturanalyse, hvordan fremkomsten af sociale (billed)medier har påvirket informationsvidenskabelig forskning indenfor billedindeksering og genfinding. Artiklen konkluderer, at selvom der er sket en markant udvikling i udbredelsen af billeder på sociale medier, har forskningen ikke i samme omfang fulgt med. Dog peger artiklen på, at emner som crowdsourcing og tagging har fundet vej til forskningslitteraturen. Artiklen peger derudover på de muligheder som store billedsamlinger kan have i forhold til at give forskere nye testbeds til at forbedre eller afprøve forskningshypoteser på en skala, der ikke har været mulig før.

Den næste forskningsartikel, som er skrevet af Jan Foght Mikkelsen omhandler fænomenet *autokommunikation*. Artiklen undersøger fænomenet autokommunikation som en speciel form for kommunikation ved at angive dets specifikke tekstmæssige træk og dets funktion for afsenderen: at stimulere selvtilliden og bekræfte identiteten. Artiklen skelner mellem en ureflekteret autokommunikation og en planlagt og strategisk anvendelse af autokommunikation. Endvidere viser artiklen hvordan man kan identificere autokommunikation når denne altid optræder som et potentiale indfoldet i en anden slags kommunikation. Artiklen illustrerer pointen vha. analyse af en række korte tekster af forskellig karakter.

Den sidste forskningsartikel er skrevet af Lotta Bergman. Artiklen bærer titlen *Forskningscirkeln som resurs för utveckling av bibliotekariers läsfrämjande verksamhet*. Artiklen undersøger processer og resultater vedrørende to "forskningscirkler", hvor svenske bibliotekarer reflekterede over og udforskede forskellige muligheder for læsefremme og litteraturformidlingspraksis. Artiklen kaster lys over hvordan forskningscirklerne blev brugt som kompetenceudvikling og hvad deres potentiale kan være for bibliotekarer.

Ud over de tre forskningsartikler kan man i dette nummer læse en anmeldelse af Anne Scott Sørensen og Hjørdis Brandrup Kortbeks bog *DELTAGELSE som kunst- og kulturformidling*, skrevet af Mia Høj Mathiasson.

God læselyst.

Susanne Ørnager, lektor emerita, Institut for Kommunikation, Københavns Universitet, fpm434@hum.ku.dk
Haakon Lund, lektor, Institut for Kommunikation, Københavns Universitet, hl@hum.ku.dk

Billedindeksering og sociale medier

Abstract

This article focuses on the methodologies, organization, and communication of digital image collection research that utilizes social media content. "Image" is here understood as a cultural, conventional, and commercial—stock photo—representation. Two methodologies i.e. PRISMA and Grounded Theory are employed to examine, categorize and analyze images and comprehend how humans consider them. The literature review covers research since 2005, when major social media platforms emerged. It demonstrates that the images on social media have not changed the overall direction of research into image indexing and retrieval, though new topics on crowdsourcing and tagging have emerged in it. A citation analysis includes an overview of co-citation maps that demonstrate the nexus of image research literature and the journals in which they appear. The results point to new possibilities influencing the research by providing large image collections as new testbeds for improving or testing research hypothesis on a new scale.

Keywords: Billedindeksering, billedgenfinding, fotografier, sociale medier, billedfacetter, litteraturanalyse af billeder, PRISMA, Grounded Theory, citationsanalyse af billeder, billedbehandling, tekstgenkendelse, billedalgoritmer.

Introduktion

Siden 2005 er der sket en voldsom stigning i antallet af billeder, der gøres tilgængelige på sociale medier, og dermed giver nye udfordringer for hvorledes billeder kan genfindes. Billede defineres i Informationsordbogen (2018) som "Todimensional eller overvejende todimensional repræsentation af genstande eller former". Fotografi defineres som "Originalt billede, der enten er permanent fikseret i et lysfølsomt materiale som en unik optagelse med et analogt fotografiapparat, eller som foreligger i digital form (jf. digitalt fotografi) med henblik på skærmvisning og evt. udprintning i permanent fikseret form. Et fotografi er kun et originalfotografi hvis det ikke har eksisteret før". Billedindeksering defineres samme sted som "Beskrivelse eller automatisk analyse af billeder med henblik på genfinding", man skelner her mellem "begrebsbaseret og indholdsorienteret indeksering" af billeder. Både billeder og fotografier hører ifl. Informationsordbogen til de to samme klynger: "Billeder" og "Informationsbærende materialer". I denne artikel benyttes Informationsordbogens definitioner og termerne billede og fotografi behandles som synonymmer.

De sociale platforme stiller en infrastruktur til rådighed, som har betydet, at der er skabt store billedsamlinger – faciliteter som gør det nemmere og hurtigere at forske i forskellige måder at indekser, lagre og genfinde fotos på.

Sociale medier bliver ofte brugt til at beskrive tjenester som Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, etc. Obar and Wildman (2015) samler flere definitioner:

1. *Social media services are (currently) Web 2.0 Internet-based applications.*
2. *User-generated content is the lifeblood of social media.*
3. *Individuals and groups create user-specific profiles for a site or app designed and maintained by a social media service.*
4. *Social media services facilitate the development of social networks online by connecting a profile with those of other individuals and/or groups.*

Selvom listen ovenfor kun kan kaldes "a statement of intent", er det blevet foreslået af Nations (2017) at operere med de 4 punkter som en arbejdsdefinition "*web-based communication tools that enable people to interact with each other by both sharing and consuming information*" (Nations, 2017).

Forskellen mellem sociale og professionelle medier er, at de første bliver beskrevet som et kommunikationsværktøj, og de sidste mest bruges om forskning og kommercielle interesser. Fotografier håndteres af forskere i institutioner som biblioteker, arkiver og museer i forskellige organisationer og kommercielle bureauer. Fotos bliver lagret og genfundet, hvilket kræver indekseringspolitikker i.e. fælles regler til lagring og genfindning. Fotografier er en del af vores historie og verdenshukommelse altså "Memory of the World".

Analysen af et foto kan ifølge flere forskere (Barthes, 1964; Ornager, 1997; Panofsky, 1962; Shatford, 1986) inkludere flere niveauer i.e. et *Of* eller faktisk niveau og et *About* eller expressionelt niveau, hvor det sidste er baseret på den kulturelle gruppe, som anvender fotografiet. De forskellige aspekter skal vises i indekseringen, da det er vigtigt for de spørgsmål, som stilles til et system, som indeholder fotos. Shatfords (Layne, 1994) niveauer viser fire facetter (who, what, where, and when), og det er foreslået, at hvert niveau indeholder tre aspekter udviklet af Panofsky (1962): det specifikke *Of* (Iconography), det generiske *Of* (Pre-iconography), og det abstrakte *About* (Iconology). Matrixen vist (Stewart, 2010) i tabel 1 refereres til som Panofsky/Shatford matrixen.

Shatford/Panofsky	Iconography Specifics = S	Pre-iconography Generics = G	Iconology Abstracts = A
Who	Individually named person, group, thing S1 Example: Obama, Eiffel tower, Sherlock Holmes, Jesus	Kind of person or thing G1 Example: woman, knight, tree, lion	Mythical or fictitious being A1 Example: Mother earth, strength, hope, fear, Jesus (represented as a lam)
What	Individually named event, action S2 Example: Olympic Games in London 2012	Kind of event, action, condition G2 Example: party, teach, dance, sleep, smile	Emotion or abstraction A2 Example: hopeful, creative
Where	Individually named geographical location S3 Example: Japan, Smithsonian National Zoo	Kind of place: geographical, architectural G3 Example: outdoors, botanical garden, road, kitchen	Place symbolized A3 Example: Hell, Heaven
When	Linear time: date or period S4 Example: June 2015	Cyclical time: season, time of day G4 Example: evening, spring, sunrise, Easter	Emotion, abstraction symbolized by time A4 Example: post-apocalypse, past, future

Tabel 1. Panofsky/Shatford klassifikationsmatrixen (Stewart, 2010)

Vores mål er ikke at anbefale matrixen kun at påpege, at der er forskellige forståelser af niveauerne i et billede (Christensen, 2017).

Målet med artiklen er, på baggrund af en litteraturanalyse, at afdække hvorledes fremkomsten af sociale (billed)medier har påvirket den forskning, der siden 2005 er publiceret i forskningslitteraturen indenfor det informationsvidenskabelige fagfelt specielt i forhold til billedindeksering og genfindning. Metaforskning på billedområdet er uprøvet, og resultatet kan påvise andre og nye tiltag i forhold til billedbehandling. Vi opstiller derfor følgende overordnede forskningsspørgsmål:

1. Ændres billedforskning efter den eksplosive fremvækst af fotografier og den forandrede infrastruktur på de sociale medier?

Tre undersøgelser knytter sig til forskningsspørgsmålet:

- a. Valg af metoder til afgrænsning og kodificering af billedforskningsartikler.
- b. Litteraturanalyse af billedforskningen efter fremkomsten af sociale medier fra 2005-2017.
- c. Bibliometrisk analyse af billedforskningsdomænet.

Endelig:

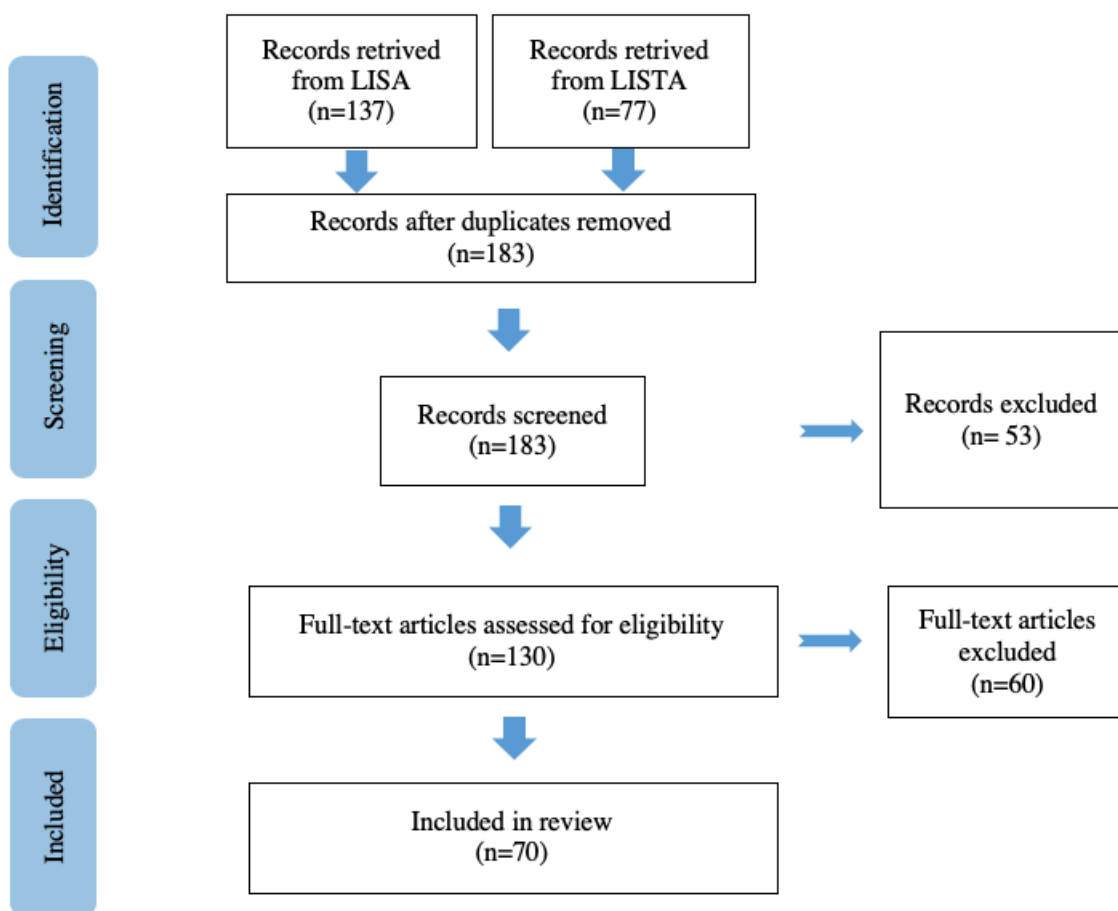
2. Hvilke nye muligheder findes indenfor indeksering og genfindning af billeder.

For at besvare forskningsspørgsmålet præsenteres metoder til udvælgelse og kategorisering af artikler om billedforskning. Systematiseringen af litteraturoversigten giver et detaljeret billede af forskningen, der er foretaget fra 2005-2017. En bibliometrisk analyse er benyttet for at afdække videnstrukturen indenfor feltet. Til slut bliver nye udviklinger indenfor manuel og automatisk indeksering og genfindning af billeder beskrevet.

Metoder og analyse

Den præsenterede litteraturoversigt er en analyse af akademisk billedforskning fra de sociale mediers opståen i 2005 til året 2017. Først beskrives metodologien PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses guidelines), som anvendes til at finde den relevante billedlitteratur, og derefter Grounded Theory som bruges til at analysere de fremfundne dokumenter.

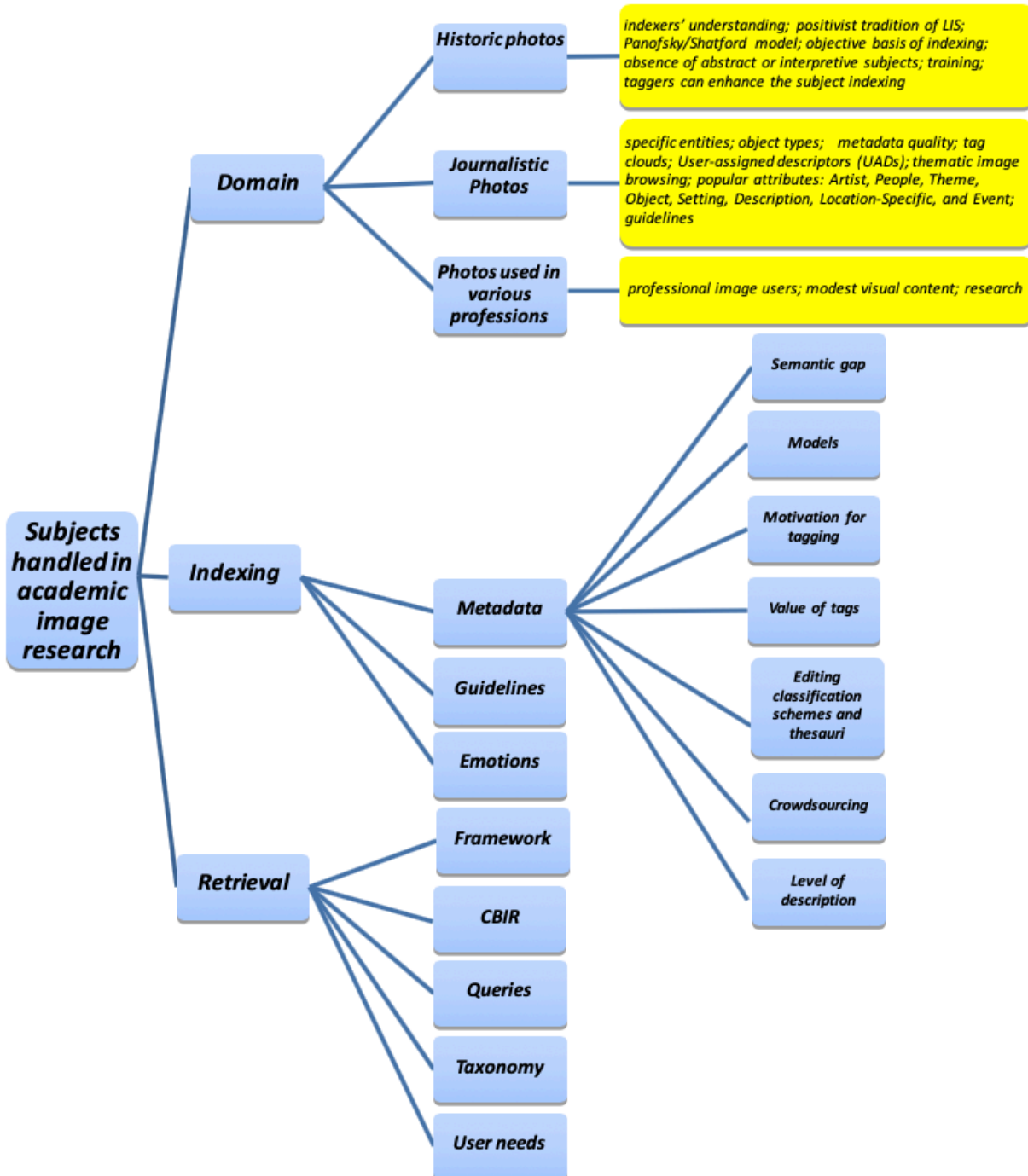
PRISMA (Moher et al., 2009) metoden er et evidensbaseret minimumssæt af elementer, som specielt benyttes indenfor sundhedssystemet. Det kan dog også anvendes som basis for at studere andre forskningsområder. PRISMA fokuserer på måder, hvorved forfattere kan sikre transparens og fuldstændig rapportering af forskning og dets brug ved at bruge kritisk evaluering.



Figur 1. PRISMA oversigt over søgestrategi

To centrale databaser indenfor det informationsvidenskabelige fagfelt, LISA (Library and Information Science Abstracts) og LISTA (Library, Information Science, and Technology Abstracts), blev afsøgt for litteratur til oversigten. De følgende engelske termer blev benyttet: controlled vocabulary, crowdsourcing, image indexing, image retrieval, images, photo, photographic indexing, photographic retrieval, tags, subject access, subject headings, og visual information. Ifølge PRISMA skal posterne screenes for relevans, og følgende kriterier blev anvendt til inklusion: (1) artikler udgivet mellem 2005 og 2017 begge år blev inkluderet, (2) artikler på engelsk, (3) peer-reviewed konference- og tidsskriftartikler. Udeladt blev: (1) artikler baseret på overvejende tekniske beskrivelser, og (2) artikler som primært fokuserede på malerier. Den fulde tekst af de resterende 130 dokumenter blev derefter gennemset for yderligere evaluering i forhold til udvælgelseskriterierne. Vurderingen resulterede i, at der blev inkluderet 70 artikler i oversigten (figur 1). Grounded Theory er valgt til den endelige

analyse af litteraturen. Grounded Theory er en kvalitativ metode udviklet af Glaser and Strauss (1967) og virkeliggjort af Strauss og Corbin (1990; 1998) og Glaser (1992).



Figur 2. Code, Categories og Sub-categories udledt v.h.a. Grounded Theory hvor Domains har sub-categorier og properties, og sub-categorien Metadata har sub-sub-categorier.

Teknikken til dataindsamling og –analyse kan beskrives, som at den tillader koncepter og kategorier at opstå fra data. I Grounded Theory arbejdes med koder (codes/core categories), kategorier (categories), og egenskaber (properties). Udviklingen af kategorier er baseret på observationer, interviews og spørgeskemaer såvel som på eksisterende litteratur. Grounded Theory er opdagelsen af nye mønstre i data (Walsh et al., 2015). Definitionerne blev etableret af Strauss og Corbin (1990, p. 61). De definerede *Code* som “*Conceptual labels placed on discrete happenings, events, and other instances of phenomena*”; *Category* som “*A classification of concepts*” og *Property* som “*Attributes or characteristics pertained to a category*”. Strauss og Corbins definitioner, som bruges på vores “data” om billeder, kaldes klasser, kategorier og egenskaber. Vores data bliver først analyseret via “open coding”. Baseret på induktion anskueliggør vi individuelle tilstedeværelser, og når vi har tilstrækkeligt med forekomster/begivenheder til at observere et mønster, giver vi et navn til gruppen, d.v.s. et *kategorinavn*. Flere kategorier kan danne en klasse eller *code*. Hovedkategorien giver en slags empirisk “road map”, som kan benyttes ved yderligere dataindsamling og sortering og til at foreslå sub-kategorier. Forekomster kan også repræsentere egenskaber ved sub-kategorier. I litteraturoversigten identificerede vi hovedkategorien *the code* som “*Subjects handled in academic image research*” og underdelte den i tre kategorier kaldet *Domains*, *Indexing* og *Retrieval*. Sub-kategorier og egenskaber blev deduceret fra hovedkategorierne (se figur 2). Resultatet af processen blev sammenholdt med spørgsmålet om “*Subjects handled in academic image research undertaken in the period 2005–2017.*”

Litteraturanalyse 2005-2017

Med reference til figur 2 ses det, at de 70 peer-reviewed conferenceindlæg og tidsskriftartikler kan deles i de tre kategorier *Domains*, *Indexing*, og *Retrieval*. Generelt kan det bemærkes, at den sociale fotoside Flickr er anvendt til mange af de refererede tests indenfor de tre kategorier. Den formodede grund er, at fotos fra Flickr har få copyright restriktioner. Testpersonerne er primært studerende fra Informationsvidenskab.

I kategorien **Domains** er der tre sub-kategorier, som tilkendegiver, at der ikke er store forandringer i resultaterne fra artiklerne efter opkomsten af de sociale medier. *Historic photos* er navnet på den første sub-kategori, og det er tydeligt, som Spinger et al.’s. (2008) rapport om “*Library of Congress (LC) Flickr Pilot Project*” indikerer, at der er stor interesse fra brugerne for at give supplerende tags til allerede indekserede fotos i professionelle historiske billedbaser. Analyserne i Litteraturgennemgangen viser derimod også, at professionel indeksering sjældent er gearet til brugernes behov, og at forskellige professioners fornødenheder bør overvejes i indekseringen. Andre resultater tilkendegiver i øvrigt, at indeksører fokuserer på Panofsky/Shatford modellens præ-ikonografiske beskrivelser, medens brugerne også er interesserede i andet end det generiske niveau (Stewart, 2010).

Artiklerne i den anden sub-kategori *Journalistic photos* beskriver, hvordan organisationer og medier (aviser, TV, fotoarkiver etc.) kategoriserer deres fotografier. Den generelle indeksering demonstrerer en deling mellem specifikke enheder og typer af genstande, hvor den første kategori repræsenterer personer i fotografiet, medens den sidste peger på forskellige motiver, hvor personerne ikke er det vigtigste. De forskellige journalistiske medier har forskellige klassifikationer baseret på egenskaberne/attributterne i fotoet, og når det kommer til genfindning, er der forslag fra forskerne om at “græsse” v.h.a. specifikke attributter. (Westman and Oittinen, 2006; Neal, 2008; Chen et al., 2010).

Artiklen i den tredje sub-kategori *Photos used in various professions* beskriver nye tiltag i akademisk billedforskning, som fokuserer på brugen i forskellige domæner. Resultaterne peger på, at visuelt indhold er forbavsende ulige benyttet indenfor forskellige discipliner. Der er ingen indikationer, der peger på, at der er sket en betydelig forandring i indekseringen efter introduktionen af de sociale medier. (Beaudoin, 2014).

Indeksering og søgning komplimenterer hinanden, og adskillelsen i denne artikel er helt baseret på forfatterens skøn. I kategorien **Indexing** er der tre sub-kategorier.

Metadata er den første sub-kategori, og inkluderer artikler, som inddeles i syv sub-sub-kategorier. *Semantic Gap (1)* er en beskrivelse af forskellen mellem et menneskes beskrivelse af et visuelt medie og en maskines beskrivelse

af samme. I 2005 var der meget debat om behovet for at forbedre funktionaliteten af den daværende automatiske teknik. Nye paradigmer blev diskuteret, men der ses ingen forandringer efter introduktionen af sociale medier. *Models (2)* beskriver forskellige undersøgelser, hvor modeller fokuserer på en blandet indekseringstilgang af fotografier, specielt på Flickr. Forskerne overvejer forskellige nye kategorier, som brugere af Flickr kunne anvende til udvikling af digitale fotosamlinger. Flickrfotografier bliver studeret for deres eventuelle anvendelse som ressourcer i forskellige domæner. Her er sociale netværk forskningsfokus, og forskerne koncentrerer sig udelukkende om dem. *Motivation for Tagging (3)* bliver behandlet i flere forskningsartikler, hvor domænet bliver delt i private og professionelle områder. På det private område er der spørgsmålet om "dovenskab" i forhold til at tilføje tags. Det ser ud til, at mulighederne for automatisk tildeling af metadata på mobile enheder i.e. point-of-capture stimulere brugerne til at tilføje yderlige metadata. Personlig/privat motivation er kommunikation med venner og familie, medens tagging bliver set som et organiseringsiltag for offentligheden. Generelt kan man sige, at både social tilstedeværelse og individuel motivation påvirker brugernes taggingniveau. Det professionelle område berører editering af klassifikationsskemaer og tesaurusser, og det tester forholdet mellem brugertags og de tags, der fagmæssigt bliver tildelt tesaurusser. Artiklerne fokuserer også på "basic-level theory" (Rosch et al., 1976). Teorien arbejder med tre niveauer baseret på en antagelse om, at mennesket kategoriserer simpelt. Niveauerne er "basic; subordinate; og superordinate" altså *Stol; Gyngestol; og Møbler*. Artiklerne behandler spørgsmålet om, hvor ofte anvendte superordinate- og subordinate-level termer skal inkluderes. Artikler under *Motivation for Tagging* sætter ikke spørgsmål ved tidligere forslag til billedindeksering, men overvejer nye forskningsspørgsmål, og her er sociale netværker et kernepunkt i undersøgelserne. *Value of Tags (4)* demonstrerer, at metadata, der udtrykker generiske termer, er mere almindelige i billedbeskrivelse end specifikke termer, og at abstrakte begreber sjældent anvendes. Populære tags på Flickr følger denne tendens. Resultaterne af andre tests viser, at et mix af tags er bedre til billedsøgning end optimering af enten generiske eller specifikke termer. Nogle test viser også, at kvalitetskriterierne til billedindeksering er forskellige fra dem til dokumentindeksering – det drejer sig især om kontekst, stemninger, betydning og detaljeringsniveau. Der er i øvrigt en stigende interesse for igen at vurdere fotografierne i kulturarvsmaterialet. Artikler under *Editing Classification Schemes and Thesauri (5)* studerer brugernes tags, og om de kan anvendes til tesaurusdesign, som kan reflektere de unikke funktioner i billeddokumenter. Shatfords facetkategorier (1986; Layne, 1994) og Rosch et al.s (1976) basic-level theory evalueres for at foreslå nye begreber til en tesaurus. Resultatet viser, at den bedste tilgang især for *color* og *generiske* kategorier er at fokusere på basic-level termer og kun sporadisk at inkludere over- eller underordnede termer. Testen viste også, at inklusion af brugernes tags resulterer i, at man når et meget stort publikum (Springer et al., 2008). Artikler under *Crowdsourcing (6)* behandler denne nye metode til indeksering. Der findes flere forskningsartikler, der definerer crowdsourcing og tilgange til udvikling af en taxonomi om crowdsourcing, som baseres på jobkompleksitet og studiet af virtuelle grupper. Nogle studier hævder, at tekstbaseret søgeteknik (og dermed indeksering) stadig er den mest effektive og nøjagtige metode til billedindeksering/søgning. Der er behov for at udvikle visuelle læsefærdigheder (visual literacy). Artikler under *Level of Description (7)* studerer, hvilket niveau der er nødvendigt for billedbeskrivelse, og hvilke indekseringsværktøjer, der er mest succesrige. Egenskaber på et såkaldt lavt niveau i billedbeskrivelse såsom form, tekstur og farve er nødvendige for forståelsen af et foto, men definerer ikke fotografiet. Tekstbaseret indeksering/søgning er ifølge forskningsresultater stadig den mest akkurate metode. Som også bemærket i tidligere studier ser man også her, at taggene er koncentreret på det generiske niveau, og fokus er på at forbedre dette niveau. Det konnotative niveau er meget subjektivt, og brugerne anvender fortællinger til at forbedre dette trin. (Enser, Sandom and Lewis, 2005; Ames and Naaman, 2007; Jörgensen, 2007; Rafferty and Hilderley, 2007; Stvilia and Jörgensen, 2009; Yoon, 2009; Angus, Stuart and Thelwall, 2010; Nov and Ye, 2010; Stvilia and Jörgensen, 2010; Ransom and Raferty, 2011; Terras, 2011; Beaudoin, 2012; Estellés-Arolas and González-Ladrón-de-Guevara, 2012; Petek, 2012; Stvilia, Jörgensen, and Wu, 2012; Fauzi and Belkhatir, 2013; Huang and Jörgensen, 2013; Jörgensen, Stvilia and Wu, 2013; Drew and Guillemin, 2014; Fauzi and Belkhatir, 2014; Klenczon and Rygiel, 2014; Kovács and Takács, 2014; Nakatsu, Grossman and Lacovou, 2014; Rafferty and Albinfalah, 2014; Zeng, Graces and Žumer, 2014; Benson, 2015; Lin et al., 2015; Beaudoin, 2016).

Artiklerne i den anden sub-kategori, *Guidelines*, beskriver ideer til udvikling af vejledende principper – regler for billedindekseringsskabeloner bliver også foreslået. Der er fokus på praktiske redskaber til organisationer, som

ønsker at fremstille deres egne indekseringsskabeloner. Principper synes imidlertid at have forskellige underliggende strukturer. De refererede tests demonstrerer, at brugertags bliver tildelt uden nogen restriktioner i.f.t. typer og antal, medens det forholder sig anderledes med professionelle indekserer, som overholder retningslinjer, der definerer typer og minimerer antallet af tildelte termer. Testresultaterne bemærker også ligheder og forskelligheder mellem Flickr-taggenes tags og kontrollerede indekstermer, som anvendes i billedsamlinger. Testene præsenterer en vejledning til at skabe informativ og deskriptiv tekst til fotos. Vejledningen gør klart, hvilke attributter i.f.t. billedsammenhæng og –indhold der bliver udtrykt i brugernes daglige billedbehov. Vejledninger med både ukontrollerede og kontrollerede emneord, som blev præsenteret i 2011, bliver brugt som basis for udvikling af nye tilgange indenfor datalogien i 2017. (Conduit and Rafferty, 2007; Rorissa, 2010; Tang and Carter, 2011; Yoon and Chung, 2011; Matusiak, 2013; Konkova et al., 2014; Piras and Giacinto, 2017)

Artikler fra den tredje sub-kategori, *Emotions*, behandler ét specifikt niveau. En forsker sætter spørgsmålstegen ved, om brugere virkelig behøver systemer, der kan benyttes til indeksering/søgning efter følelser i fotografier, men andre artikler tager det for givet, at der eksisterer et sådant behov, og koncentrerer sig om at indeksere følelsesaspekter. Der er en overvejede tro på, at følelsesmæssige beskrivelser af digitale fotografier kan gøres bedre ved konnotative meddelelser især vedrørende meninger og opfattelser. En test foreslår at tildele et mindre antal populære følelsesmæssige termer til flere poster for at forbedre indekseringen. Den konnotative meddelelse er vanskelig, og en undersøgelse tester MIR (Music Information Retrieval system), et musiksystem med tilsvarende konnotative deskriptor problemer. (Schmidt and Stock, 2009; Neal, 2010; Yoon, 2010; Yoon, 2011a)

Den tredje kategori, *Retrieval*, har det største antal af sub-kategorier, men ikke flest akademiske artikler. Artiklerne i den første sub-kategori *Framework* handler om basic-level kategorierne. Det universelle ved disse kategorier anvendes til at konstruere forbindelser mellem klassifikationssystemer og brugercentreret indeksering. Undersøgelsesresultaterne foreslår, at etiketterne for individuelle fotos og deres genstande udgør basic-level, medens etiketterne for grupper af fotos er på det superordinate-level. Det subordinate-level bliver sjældent brugt af deltagerne. Drøftelserne af undersøgelserne er åbne dvs. uden konklusion. (Rorissa, 2008; Rorissa and Iyer, 2008; Hajibayova, 2013)

Undersøgelser om *CBIR* (Content Based Image Retrieval) i den anden sub-kategori handler om søgning efter faktuelle ting i et billede. I CBIR-artiklerne beskrives fremfinding af lagrede billeder, idet forskellige elementer, som automatisk ekstraheres fra selve billedet, sammenlignes – eksempelvis farve, tekstur og form. Viden om CBIR er nødvendig, og undersøgelserne viser, at brugere, som er interesseret i disse systemer, primært er interesserede i søgning efter formelle karakteristika i fotografier. (Beaudoin, 2015; Mounika et al., 2016)

Artiklerne i den tredje sub-kategori, *Queries*, fokuserer på design og udvikling af effektive fotosøgesystemer baseret på aktuelle søgninger efter digitale billeder. Spørgsmålsformulering og specielt reformulering er et vanskeligt område, og et tesaurusystem er blevet foreslået etableret til visning af synonymer og hierarkiske termer, som kan hjælpe brugerne til at konstruere deres søgninger mere korrekt og effektivt. Undersøgelsesresultaterne indikerer, at formatrelaterede termer og kontekstuelle informationer, som relaterer sig til billedet, er vigtige, selvom domæner også synes at influere søgeudviklingen. Power-tags er en ny søgemetode i informationsgenfindingsystemer, og en artikel præsenterer en skitse til en algoritme, som kan anvende denne metode. (Jansen, 2008; Chung and Yoon, 2009; Choi and Hsieh-Yee, 2010; Peters and Stock, 2010; Hung, 2012; Choi, 2013; Park et al., 2015)

I den fjerde sub-kategori, *Taxonomy*, testes en prototype til spørgsmålstaksonomi til billedsøgning. Organisationer arbejder med generiske og specifikke spørgsmål, og der er enighed om, at de generiske er de mest anvendte. Andre undersøgelser indikerer, at en "down-top" tilgang er at foretrække, og at specifikke genstande og begivenheder, som ses i fotografiet, er det mest almindelige niveau også i beskrivelsen. Andre undersøgelser igen konkluderer, at søgeadfærden er influeret af spørgsmålstypen og afhænger af brugeren (arbejds- eller fritidsspørgsmål). Resultaterne påpeger vigtigheden af at overveje spørgsmålskategorier for at

forstå brugeradfærd på billedsøgningsplatforme. En sidste undersøgelse ser på forskellige designforslag, og undersøger om billedsøgemodellen, som de fleste søgemaskiner anvender, hvor emneord er input og en lineær liste på 20 svar er output, er formålstjenlig. (Rafferty and Hidderly, 2007; Lee and Neal, 2010; Tirilly et al., 2012; Maniu et al., 2013; Göker et al., 2016; Konkova, MacFarlane and Göker, 2016)

Den femte sub-kategori *User Needs* er baseret på undersøgelser af brugere og ikke på forbedringer af systemer. Abstrakte attributter bliver for det meste brugt til søgning, når brugerne påtænker at benytte fotografiet som kilde til genstande, medens specifikke attributter gennemses, når fotografiet bruges til datakilder. Fotografier bliver oftest søgt ifm. brugerens arbejde, behov og forskningsområde. (Enser et al., 2007; Andre et al., 2009; Chung and Yoon, 2011; Yoon, 2011b; Reilly and Thompson, 2014; Albertson, 2015)

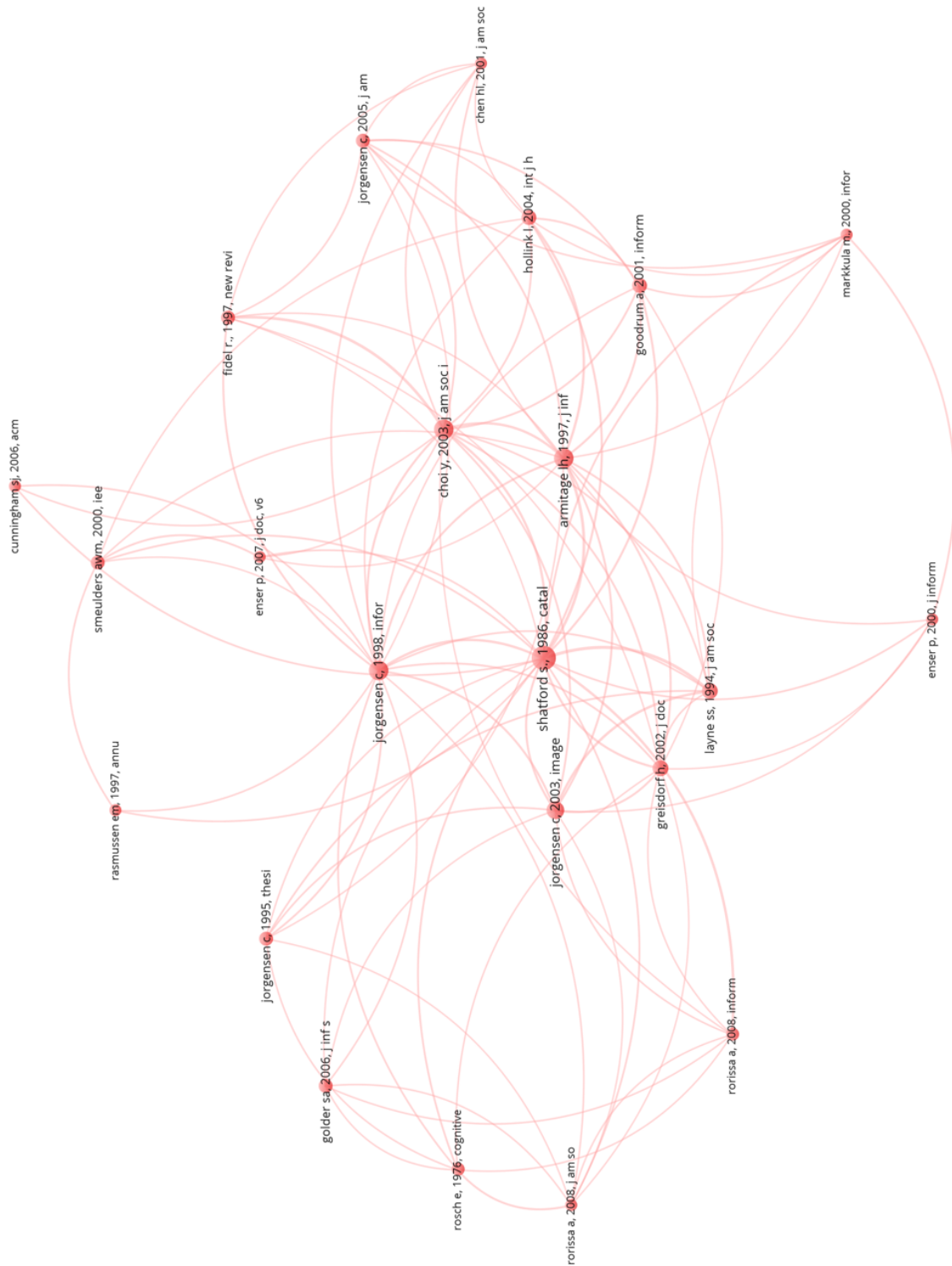
Konkluderende ses der ikke store forandringer i forskningsfokus i artiklerne. Litteraturoversigten viser dog, at billedindeksering nu også inkluderer modeller, motivation for tagging, crowdsourcing, redigering af klassifikationssystemer og tesaurusser, som også har betydet en øget brugerinvolvering i indekseringsprocessen. Den største forandring er adgangen til store billedsamlinger høstet fra sociale netværker som Flickr etc. Samlinger giver forskere nye "testbeds" til at forbedre eller afprøve forskningshypoteser på en skala, der ikke har været mulig før.

Billedforskningsdomænet

For at afdække videnstrukturen i billedforskningsdomænet er der udført bibliometriske analyser af den undersøgte litteratur. I litteraturstudiet er 70 forskningsartikler inkluderet og dækker ca. en 10-årig periode. For at få en bedre forståelse af udviklingen af billedområdet er der udført en co-citations analyse af tidsskrifter samt en analyse af forfattere. Analyserne er baseret på data fra Web of Knowledge -citationsdatabasen, hvor 56 af de 70 artikler fra litteraturstudiet blev fundet indekseret. Netværksanalysen og generering af et co-citationskort blev udført ved hjælp af VOS-viewer software version 1.6.5. (Van Eck & Waltmann, 2014) I figur 3 fremgår co-citationskortet for de ti artikler, der har opnået flest citater blandt de analyserede artikler. Afstanden mellem de noder, der vises på kortet, er en indikation af, hvor "tæt" to artikler kan betragtes at være. Kort afstand mellem to noder tilkendegiver, at artiklerne ofte citeres sammen.

Der kan identificeres to centrale klynger fokuseret på tidsskriftet Journal of the American Society for Information Science and Technology (JASIST) og conferenceberetninger fra den årlige Association for Information Science and Technology (ASIS&T) konference. Begge udgives af Association of Society for Information Science and Technology. En anden central publikation er Information Processing and Management (IPM) udgivet af Elsevier. Givet fokuset i de analyserede artikler er det måske ikke overraskende, da alle tre publikationer er centrale indenfor informationsvidenskab. Jvf. den danske Bibliometriske Forsknings Indikator er JASIST og IPM kategoriseret på niveau 2. Kortet viser også, at der citeres fra tidsskrifter fra andre faglige domæner, primært psykologi og datalogi. På venstre side er Cognitive Psychology (Elsevier) med 29 citater og Psychological Review (American Psychological Association) med 10 citater. Datalogi og relaterede felter vises på højre side af kortet eksemplificeret ved at Lecture Notes in Computer Science (Springer) modtager 34 citater samt IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence.

Samlet set viser co-citationskortet et stærkt center koncentreret om informationsvidenskab, men påvirket både af forskningen indenfor psykologi og datalogi.



Figur 4. Co-citationskort for citerede referencer

For at få et overblik over, hvilken forskning de gennemgåede artikler bygger på, er en co-citationsanalyse af citerede artikler udført. Analysen illustrerer den forskning, som har haft den største indflydelse på området billedindeksering. Artikler med mere end 10 citationer er inkluderet. Dette var tilfældet for 23 artikler (Figur 4). Shatford's artikel fra 1986, hvor hun præsenterer sit skema for indeksering af billeder, havde 26 referencer. Desuden er Rorissa (2008) og Rorissa, Clough og Deselars (2008) ofte citeret for at præsentere hver deres forskning om indeksering af fotografier.

Panofskys fortolkningsmodel motiverer Shatford i hendes 1986 artikel. Panofsky's model for billedanalyse er oprindeligt udviklet for renæssancekunst, men Shatford tilpasser Panofsky's model så den dækker billedindeksering generelt. Hun skriver, at det er "muligt at anvende modellen på ethvert repræsentativt arbejde" (Shatford 1986, s. 43). Selv om hendes artikel er fra 1986 og billeddigitalisering har ændret miljøet, har Panofsky/Shatford modellen stadig en stærk indflydelse på næsten alle forskningsartikler om indeksering af billeder. Rorissa anerkender Shatford og hendes arbejde, men er i sin forskning mere påvirket af udvikling af sociale medier og fokuserer derfor på forskning, som er mere relateret til sociale netværk. Rorissa henter inspiration fra psykologi og anvender Rosch et al. s (1976) "basic level theory". Rorissas mål er at finde en kategorisering, der nemt kan anvendes af både professionelle og amatører. Hans indflydelse på domænets udvikling har dog været begrænset.

Jørgensen er repræsenteret med 4 artikler, hvor hendes 2003-artikel modtager 18 citater. Artiklen handler om billedgenfindning og foreslår støttesystemer til optimering af søgninger. De fleste af Jørgensens øvrige bidrag handler om indeksering af billeder og udvikling af indekseringssystemer. I alt er hun den mest citerede forfatter med 63 citater i alt.

Foruden Jørgensen, Shatford (hendes 1994-artikel om indeksering er vist som Layne, S.S.) og Rasmussen (1997) er Markkula og Sormunen (n.d.) citeret for deres arbejde med billedindeksering. Kun en af de citerede artikler omhandler "collaborative" tagging-adfærd i.e. Golder og Huberman (2006). Papiret fra Golder drejer sig ikke om billedindeksering per se, men der henvises til Shatford, Rorissa og Rosch.

Fire forfatters artikler handler om aspekter af informationsgenfindning: Smeulders et al. (2000), Goodrum og Spink (2001), Enser (2000) og Fidel (1997). To artikler om brugeradfærd og informationssøgning er citeret: Armitage og Enser (1997) og Cunningham og Masoodian (2006). For nyere artikler om billedbehandling henvises til Chen (2001) og Choi og Rasmussen (2003).

Femten artikler er publiceret fra 2000 og frem, Seks artikler er publiceret mellem 1990 og 1999 og 2 artikler før 1990. Dette er i tråd med andre citationsanalyser, hvor flertallet af de citationer, en artikel opnår, ligger indenfor et relativt kort kronologisk tidsrum fra udgivelsesåret. Analysen illustrerer dog også, at centrale artikler indenfor faget opnår citationer længe efter publiceringen som Shatford (1986) viser.

I et studie fra 2001 fandt Chu, at specielt to hovedudviklinger kan identificeres i billedforskningsfeltet: content-based og description-based billedindeksering og genfindning. Content-based indeksering er automatisk processering af billedattributter f.eks. i form af tekstinformation knyttet til billedet, men også udtræk af "features" fra billedet selv. Dette kan f.eks. være tekst i form af tekniske oplysninger om billedet (farvesammensætning, mønster etc.). Description-based indeksering er en manuel indeksering af billedet (tildeling af emneord, beskrivelse af billedet motiv, fotograf etc.). Chu (2001) fandt i sin analyse at description based indeksering fortrinsvis kan henføres til informationsvidenskabelig forskning, hvorimod Content-based indeksering behandles af Computer Science uden megen interaktion mellem de to fagfelter. I vores analyse ser vi samme opdeling af billedforskningen som Chu, men baseret på de udførte bibliometriske analyser ser vi en brug af forskningen fra datalogien i den informationsvidenskabelige billedforskning. Udviklingen tyder på, at informationsvidenskab i perioden 2005 - 2017 er blevet mere opmærksom på mulighederne i kombinationen af manuel indeksering og algoritmisk baseret indeksering af billeder.

Konklusion og nye udviklinger

Vi lever i den digitale æra, og teknologi og sociale netværker påvirker i høj grad vores dagligdag. Vi har en tendens til at tro, at problemer kan løses ved teknologi alene uden først at tage stilling til, hvilken indflydelse en teknologi kan få, og dermed hvilke udfordringer, der bør løses, før en teknologi indføres. Vi har stadig brug for forskning om billeder, selvom teknologien til at fange og behandle billeder udvikler sig med stor hastighed. Analysen viser ikke en adaptation af erfaringerne fra akademisk billedforskning til de private billeder på sociale medier. Motiveringen til at levere metadata ser ud til at være drevet af personlig fordel mere end samfundsmæssige hensyn, dvs. at støtte individets tilstedeværelse på de sociale medier.

Tilgangen i forskning til analyse af billedindeksering og kategorisering af tags er stadig baseret på Panofsky og Shatford's forskning. Vi ser dog også i litteraturen eksperimenter i indeksering og brug af billeder på sociale medier, og disse eksperimenter fører til nye indsigter. Med introduktionen af crowdsourcing i professionelle billedsamlinger er en streng overholdelse af veletablerede retningslinjer blevet udfordret, men crowdsourcing synes dog at fungere som et værdifuldt supplement til den professionelle, formaliserede indeksering. Store crowdsourcing projekter, hvor almindelige brugere i samarbejde med forskere tagger billedsamlinger, peger på nye måder at inddrage brugerne i forskningen og kan i fremtiden få en betydning for, hvordan billeder på sociale medier kan tagges automatisk ved hjælp af kunstig intelligens (AI). Fei Fei Li, som er leder af Vision Lab and the Artificial Intelligence Lab ved Stanford (Savage, 2016), fik involveret næsten 50.000 brugere i et tagging projekt. Hun anvendte Amazon Mechanical Turk, som med micro betaling af brugerne fik tagget en samling på næsten en milliard billeder. Brugernes tags blev anvendt til at træne computersoftware i automatisk billedindeksering. Samlingen er tilgængelig på image-net.org.

En anden tilgang er udviklingen af nye videndelingsværktøjer i billedbeskrivelse. Et eksempel på "blended-mode" ved indeksering gives af Springer et al. (2008), hvor brugere på baggrund af simple guidelines tagger historiske fotos allerede indekseret af LC. Denne type af overordnede retningslinjer kunne også anvendes på andre domæner. Analyse af brugeradfærd, hvor forskere ser på brugerforespørgsler og brugernes anvendelse af kategorier for at forstå brugernes adfærd på billedsøgningsplatforme, er grundigt undersøgt, og det samme gælder for modeller til genfindning.

Fra litteraturstudiet kan vi også se, at samarbejdet mellem informationsvidenskab og datalogi er intensiveret, og CBIR, som er afledt af mønstergenkendelse (fx fingeraftryk, røntgenbilleder og ansigtsgenkendelse), er blot ét eksempel. I akademisk billedforskningslitteratur er CBIR specifikt blevet brugt til automatisk kategorisering efter farve, form, tekstur osv.

Fei-Fei Li (2016) udtaler, at *"computers are roughly as good at describing the content of images as a three-year-old child."* Hun siger endvidere, at *"The complete level, on par with an adult, college-degreed human, I think is going to be a long way off"*. Så vi kan ikke forvente, at algoritmer endnu kan vise ægte visuel intelligens, selvom computeren i dag udfører bedre undersøgelser til at forstå indholdet af et fotografi, end det var tilfældet for bare nogle få år siden. Et af problemerne er som eksempel at genkende en genstand eller et objekt, når det præsenteres fra forskellige vinkler.

Fei-Fei Li giver et eksempel med 2 billeder af en kat præsenteret i hhv. Figur 5 og 6. Computeren generer en template ud fra billedet af Cat1 (figur 5). Problemet opstår, hvis denne skabelon for en kat sammenholdes med Cat2 (figur 6), fordi mønsteret i billedet ændres. Det kræver en ny processering at forstå, at de 2 skabeloner begge henviser til det samme semantiske udtryk CAT. Computeren skal trænes.



Figur 5.



Figur 6.

Computerprogrammer kan korrekt registrere personer i en båd i et bestemt foto, men hvis man spørger, hvad der sker i båden, er vi ikke på et niveau, hvor computeren kan fortolke, hvad der foregår (Savage, 2016). Vi mennesker kan relativt nemt fortolke billeder, men billeder er typisk polysemiske, hvilket for en computer er en udfordring.

Rüger (2011, s. 172) hævder, at *“users who submit an image ... could have a dozen different information needs in mind,”* however, *“user feedback can change the weights of features in content-based retrieval scenarios”*. Richard Zemel, forsker i at træne systemer til at besvare vilkårlige spørgsmål om et billede, men arbejdet er stadig på et tidligt stadie. Dette skyldes, at *“the currently available dataset is not large enough”* (Ren, Kiros og Zemel, 2015, s. 8) for computeren til at lære. Baseret på citaterne fra Fei-Fei Li, Rüger og Zemels ovenfor kan det konkluderes, at der stadig er behov for forskning i human billedindeksering og genfinding, uagtet at det måske i løbet af ikke så mange år vil være muligt ved hjælp af bl.a. AI at forstå indholdet i billeder. Hvis computere skal lære nye måder at genkende billeder på, skal forskerne være på forkant med billedforskningen.

En udfordring for at kunne anvende AI i billedindeksering er, at genkendelsen af følelsesmæssige udtryk endnu ikke er muligt med stor sikkerhed, hvorfor vi stadig står over for spørgsmålet om computers visuelle evner i forhold til den semantisk forståelse i den menneskelige hjerne. Som Fei- Fei Li (2016) skriver, så skal vi fokusere på symbiosen af tekstlige beskrivelser og billeder. Jf. Zemel (Ren, Kiros og Zemel, 2015) så er en omfangsrig database med spørgsmål og svar om billeder nødvendig for at computeren kan lære.

Der opstår bestandigt nye måder at bruge fotografiet på i videnskaben, i pressen og i det private liv. Dette sker i kraft af den teknologiske udvikling og dernæst ved at forskellige faglige områder smelter sammen. Der er ingen grund til at tro, at dette ikke vil fortsætte (som citeret i Ørnager & Lund, 2018 s. 84). Nye udviklingsområder kan forventes i forskning og teknologi, og fotografiet vil fortsætte med at eksistere, hvis vi tror på, at udsagnet *“a picture is worth a thousand words”* stadig har gyldighed. Derudover har vi Fei-Fei Li’s udsagn om, at computere ikke er i stand til at dechiffrere, hvad der foregår i et billede (Savage, 2016). Hendes udtalelser peger på nødvendigheden af ny forskning i kombinationen af billedfeltet og tekstgenkendelse, og med den stadige udvikling af computerteknologien er der et stort potentiale for et tæt samarbejde med datalogi og andre fagområder.

Vi har skitseret flere nye forskningsområder baseret på litteraturstudiet, men dette dækker dog langt fra alle de muligheder, som kan tænkes. Der er ikke tvivl om, at der stadig venter store udfordringer for de forskere, som ønsker at dykke ned i de umådelige mængder af fotografier, som nu er til rådighed for forskningen.

Referencer

- Albertson, D. (2015). Visual information seeking. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 66(6), 1091–1105. DOI: 10.1002/asi.23244
- Ames, M. and Naaman, M. (2007). Why we tag: Motivations for annotation in mobile and online media. *CHI 2007*, April 28–May 3, 2007, San Jose, CA, 1–10. DOI: 10.1145/1240624.1240772
- Andre, P., Cutrell, E., Tan, D. S., and Smith, G. (2009). Designing novel image search interfaces by understanding unique characteristics and usage. In Gross, T. et al. (Eds.). *Human-Computer Interaction – INTERACT 2009*, 340–353. *Lecture Notes in Computer Science*, vol. 5727. Springer, Berlin, Heidelberg. DOI: 10.1007/9783642036583_40
- Angus, E., Stuart, D., and Thelwall, M. (2010). Flickr’s potential as an academic image resource: An exploratory study. *Journal of Librarianship and Information Science*, 42(4), 268–278. DOI: 10.1177/0961000610384656
- Barthes, R. (1964). Rhetoric of the Image. In Heath, S. (Ed.) *Roland Barthes: Image – Music – Text*, London: Fontana Press, 1977. Originally published as “Rhetorique de l’image” in *Communications* 4: 40–51. DOI: 10.1007/978-1-349-03518-2
- Beaudoin, J. E. (2012). Context and its role in the digital preservation of cultural objects. *D-Lib Magazine*, 18(11/12). DOI: 10.1045/november2012-beaudoin1
- Beaudoin, J. E. (2014). A framework of image use among archaeologists, architects, art historians and artists. *Journal of Documentation*, 70(1), 119–147. DOI: 10.1108/JD-12-2012-0157
- Beaudoin, J. E. (2015). Content-based image retrieval methods and professional image users. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 67(2), 350–365, 2016.
- Beaudoin, J. E. (2016). Describing images: A case study of visual literacy among library and information science students. *College & Research Libraries*, 77(3), 376–392. DOI: 10.5860/crl.77.3.376
- Benson, A. C. (2015). Image descriptions and their relational expressions: a review of the literature and the issues. *Journal of Documentation*, 71(1), 143–164. DOI: 10.1108/JD-07-2013-0093
- Chen, H., Kochtanek, T., Burns, C. S., and Shaw, R. (2010). Analyzing users’ retrieval behaviors and image queries of a photojournalism image database. *The Canadian Journal of Information and Library Science*, 34(3), 249–270. DOI: 10.1353/ils.2010.0003
- Choi, Y. (2013). Analysis of image search queries on the web: Query modification patterns and semantic attributes. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(7), 1423–1441. DOI: 10.1002/asi.22831
- Choi, Y. and Hsieh-Yee, I. (2010). Finding images in an online public access catalogue: Analysis of user queries, subject headings, and description notes. *The Canadian Journal of Information and Library Science* 34(3), 271–298. DOI: 10.1353/ils.2010.0004
- Choi, Y. and Rasmussen, E. M. (2003). Searching for images: The analysis of users’ queries for image retrieval in American history. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 54(6), 498–511. DOI: 10.1002/asi.10237
- Christensen, H. D. (2017). Rethinking image indexing? *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(7), 1782–1785. DOI: 10.1002/asi.23812

- Chu, H. T. (2001). Research in image indexing and retrieval as reflected in the literature. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52(12), 1011-1018.
- Chung, E. K. and Yoon, J. W. (2009). Categorical and specificity differences between user-supplied tags and search query terms for images. An analysis of Flickr tags and Web image search queries. *Information Research*, 14(3).
- Chung, E. K. and Yoon, J. W. (2011). Image needs in the context of image use: An exploratory study. *Journal of Information Science*, 37(2), 163–177. DOI: 10.1177/0165551511400951
- Conduit, N. and Rafferty, P. (2007). Constructing an image indexing template for The Children’s Society. Users’ queries and archivists’ practice. *Journal of Documentation*, 63(6), 898–919. DOI: 10.1108/00220410710836411
- Drew, S. and Guillemin, M. (2014). From photographs to findings: visual meaning-making and interpretive engagement in the analysis of participant generated images. *Visual Studies*, 29(1), 54–67. DOI: 10.1080/1472586X.2014.862994
- Enser, P. (2000). Visual image retrieval: seeking the alliance of concept-based and content-based paradigms. *Journal of Information Science*, 26(4), 199–210. DOI: 10.1177/0165551004233212.
- Enser, P. G. B., Sandom, C. J., and Lewis, P. H. (2005). Automatic annotation of images from the practitioner perspective. In Leow, W.-K. et al. (Eds.), *CIVR 2005*, LNCS 3568, 497–506. DOI: 10.1007/11526346_53
- Enser, P. G. B., Sandom, C. J., Hare, J. S., and Lewis, P. H. (2007). Facing the reality of semantic imageretrieval. *Journal of Documentation*, 63(4), 465–481. DOI: 10.1108/00220410710758977
- Estelle’s-Arolas, E. and Gonza’lez-Ladro’n-de-Guevara, F. (2012). Toward an integrated crowdsourcing definition. *Journal of Information Science* 38(2), 189–200. DOI: 10.1177/0165551512437638
- Fauzi, F. and Belkhatir, M. (2013). Multifaceted conceptual image indexing on the world wide web. *Information Processing and Management* 49, 420–440. DOI: 10.1016/j.ipm.2012.08.001
- Fauzi, F. and Belkhatir, M. (2014). Image understanding and the web: a state-of-the-art Review. *Journal of Intelligent Information Systems*, 43, 271–306. DOI: 10.1007/s10844-014-0323-6
- Fei-Fei, L. (2016). *How we teach computers to understand pictures*. TED Talk. Lokaliseret 7-12-2018 på: <https://www.youtube.com/watch?v=40riCqvRoMs>
- Glaser, B. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B. and Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago: Aldine.
- Goker, A., Butterworth, R., MacFarlane, A., Ahmed, T. S., and Stumpf, S. (2016). Expeditions through image jungles. *Journal of Documentation*, 72(1), 5–23, DOI: 10.1108/JD-01-2014-0019
- Hajibayova, L. (2013). Basic-level categories: A review. *Journal of Information Science*, 39(5) 676–687. DOI: 10.1177/0165551513481443
- Huang, H. and Jorgensen, C. (2013). Characterizing user tagging and co-occurring metadata in general and specialized metadata collections. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(9), 1878–1889. DOI: 10.1002/asi.22891
- Hung, T. Y. (2012). An analysis of photo editors’ query formulations for image retrieval. *Journal of Librarianship and Information Studies*, 4(1), 13–16.

- Informationsordbogen (2018). Det Informationsvidenskabelige Akademi. Københavns Universitet.
- Jansen, B. J. (2008). Searching for digital images on the web. *Journal of Documentation*, 64(1), 81–101. Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/00220410810844169>
- Jørgensen, C. (1995). *Image attributes: An investigation (Indexing systems, retrieval systems, computerized)*. Unpublished doctoral dissertation, Syracuse University, NY.
- Jørgensen, C. (1998). Attributes of images in describing tasks. *Information Processing and Management*, 34(2/3), 161-174
- Jørgensen, C. (2003). *Image retrieval: theory and research*. The Scarecrow Press, Lanham, MA and Oxford.
- Jørgensen, C. (2007). Image access, the semantic gap, and social tagging as a paradigm shift. *18th Annual ASIS SIG/CR Classification Research Workshop*, 1-9, DOI: 10.7152/acro.v18i1.12868
- Jørgensen, C. (2010). Still image indexing. *Encyclopedia of Library and Information Sciences*. 3rd ed. DOI: 10.1081/E-ELIS3-120044380
- Jørgensen, C. and Jørgensen, P. (2005). Image querying by image professionals. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 56(12), 1346–1359. <https://doi.org/10.1002/asi.20229>
- Jørgensen, C., Stvilia, B., and Wu, S. (2013). Assessing the relationships among tag syntax, semantics, and perceived usefulness. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 65(4), 836–849, 2014.
- Klenczon, W. and Rygiel, P. (2014). Librarian cornered by images, or how to index visual resources. *Cataloging & Classification Quarterly*, 52(1), 42–61. DOI: 10.1080/01639374.2013.848123
- Konkova, E., Goker, A.S., Butterworth, R., & MacFarlane, A. (2014). Social Tagging: Exploring the Image, the Tags, and the Game. *Knowledge Organization*, 41(1), 57-65.
- Kovacs, B. L. and Takacs, M. (2014). New search method in digital library image collections: A theoretical inquiry. *Journal of Librarianship and Information Science*, 46(3), 217–225. DOI: 10.1177/0961000614526611
- Konkova, E., MacFarlane, A., and Goker, A. (2016). Analysing creative image search information needs. *Knowledge Organization*, 43(1).
- Layne, S. S. (1994). Some issues in the indexing of images. *Journal of the American Society for Information Science*, 4(8), 583–588.
- Lee, H. J. and Neal, D. (2010). A new model for semantic photograph description combining basic levels and user-assigned descriptors. *Journal of Information Science*, 36(5), 547–565. DOI: 10.1177/0165551510374930
- Lin, Y. L., Trattner, C., Brusilovsky, P., and He, D. (2015). The impact of image descriptions on user tagging behavior: A study of the nature and functionality of crowdsourced tags. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 66(9), 1785–1798. DOI: 10.1002/asi.23292
- Maniu, S., O'Hare, N., Aiello, L. M., Chiarandini, L., and Jaimes, A. (2013). Search behavior on photo sharing platforms, presented at *IEEE International Conference on Multimedia and Expo (ICME)*, July 15–19, 2013, San Jose, CA. DOI: 10.1109/ICME.2013.6607496
- Matusiak, K. K. (2013). Image and multimedia resources in an academic environment: A qualitative study of students' experiences and literacy practices. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(8), 1577–1589. DOI: 10.1002/asi.22870

- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., and Altman, D.G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement, *Annals of Internal Medicine*, 151(4), 264–269.
- Mounika, B., Sowmya, Y., Pasala, S., and Sravani, A. (2016). Content-based image retrieval using color. *International Journal of Applied Engineering Research*, 11(6), 4331–4334.
- Nakatsu, R. T., Grossman, E. B., and Iacovou, C. L. (2014). A taxonomy of crowdsourcing based on task complexity. *Journal of Librarianship and Information Science*, 40(6), 823–834. DOI: 10.1177/0165551514550140
- Nations, D. (2017). *What Is Social Media? Explaining the Big Trend*.
- Neal, D. (2008). News photographers, librarians, tags, and controlled vocabularies: Balancing the forces. *Journal of Library Metadata*, 8(3), 199–219. DOI: 10.1080/19386380802373936
- Neal, D. (2010). Emotion-based tags in photographic documents: The interplay of text, image, and social influence. *The Canadian Journal of Information and Library Science* 34(3), 329-353. DOI: 10.1353/ils.2010.0000
- Nov, O. and Ye, C. (2010). Why do people tag? Motivations for photo tagging. *Communications of the ACM*, 53(7), 128-131. DOI: 10.1145/1785414.1785450
- Obar, J. and Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745–750. DOI: 10.1016/j.telpol.2015.07.014
- Ornager, S. (1997). Image retrieval: Theoretical analysis and empirical user studies on accessing information in images. *Proceedings of the American Society for Information Science Annual Meeting* 34: 202–11.
- Panofsky, E. (1962). *Studies in Iconology: Humanistic Themes in the Art of Renaissance*. Reprinted, New York: Harper and Row.
- Park, J. Y., O'Hare, N., Schifanella, R., Jaimes, A., and Chung, C. W. (2015). A large-scale study of user image search behavior on the Web. Presented at *CHI 2015, Crossings*, April 18–23, 2015, Seoul, Korea, 985–994. DOI: 10.1145/2702123.2702527
- Petek, M. (2012). Comparing user-generated and librarian-generated metadata on digital images. *OCLC Systems & Services: International Digital Library Perspectives*, 28(2), 101–111. DOI: 10.1108/10650751211236659
- Peters, I. and Stock, W. G. (2010). Power tags in information retrieval, *Library Hi Tech*, 28(1), 81– 93. Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/07378831011026706>
- Piras, L. and Giacinto, G. (2017). Information fusion in content based image retrieval: A comprehensive overview. *Information Fusion*, 37, 50–60. DOI: 10.1016/j.inffus.2017.01.003
- Rafferty, P. and Albinfalsh, F. (2014). A tale of two images: the quest to create a story-based image indexing system. *Journal of Documentation*, 70(4), 605-621. DOI: 10.1108/JD-10-2012-0130
- Rafferty, P. and Hilderley, R. (2007). Flickr and democratic indexing: Dialogic approaches to indexing. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 59(4/5), 397–410. DOI: 10.1108/00012530710817591
- Ransom, N. and Rafferty, P. (2011). Facets of user-assigned tags and their effectiveness in image retrieval. *Journal of Documentation*, 67(6), 1038–1066. <http://dx.doi.org/10.1108/00220411111183582>
- Reilly, M. and Thompson, S. (2014). Understanding ultimate use data and its implication for digital library management: A Case Study. *Journal of Web Librarianship*, 8(2), 196-213. DOI: 10.1080/19322909.2014.901211

- Ren, M., Kiros, R., and Zemel, R.S. (2015). Exploring models and data for image question answering. In proceedings *Advances in neural information processing systems 28: Annual Conference on Neural Information Processing Systems 2015*, December 7–12, Montreal, Qubec, Canada, 2953–2961.
- Rorissa, A. (2008). User-generated descriptions of individual images versus labels of groups of images: A comparison using basic level theory. *Information Processing and Management* 44, 1741–1753.
- Rorissa, A. (2010). A Comparative Study of Flickr Tags and Index Terms in a General Image Collection. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(11), 2230–2242
- Rorissa, A., & Iyer, H. (2008). Theories of Cognition and Image Categorization: What Category Labels Reveal About Basic Level Theory. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(7), 1–10.
- Rorissa, A., Clough, P., & Deselaers, T. (2008). Exploring the Relationship Between Feature and Perceptual Visual Spaces. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(5), 770-784.
- Rosch, E., Mervis, C. B., Gray, W., Johnson, D., and Boyes-Braem, P. (1976). Basic objects in natural categories. *Cognitive Psychology*, 8(3), 382–439. DOI: 10.1016/0010-0285(76)90013-X
- Rüger, S. (2011). Multimedia resource discovery. In: Melucci M., Baeza-Yates R. (eds) *Advanced Topics in Information Retrieval*. 157–186. The Information Retrieval Series, vol 33. Berlin, Heidelberg: Springer
- Savage, N. (2016). Seeing more clearly. *Communications of the ACM*, 59(1), 20–22. DOI: 10.1145/2843532
- Schmidt, S. and Stock, W. G. (2009). Collective indexing of emotions in images. A study in emotional information retrieval. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(5), 863–876. DOI: 10.1002/asi.21043
- Shatford, S. (1986). Analyzing the subject of a picture: A theoretical approach. *Cataloguing and Classification Quarterly*, 6(3), 39–62. DOI: 10.1300/J104v06n03_04
- Springer, M., Dulabahn, B., Michel, P., Natanson, B., Reser, D., Woodward, D., and Zinkham, H. (2008). *For the Common Good: The Library of Congress Flickr Pilot Project*. Library of Congress, Washington.
- Springer, M., Dulabahn, B., Michel, P., Natanson, B., Reser, D., Woodward, D., and Zinkham, H. (2008). *For the Common Good: The Library of Congress Flickr Pilot Project*. Washington: Library of Congress
- Stewart, B. (2010). Getting the picture: An exploratory study of current indexing practices in providing subject access to historic photographs. *The Canadian Journal of Information and Library Science* 34(3), 297–327. DOI: 10.1353/ils.2010.0005
- Stvilia, B. and Jorgensen, C. (2009). User-generated collection-level metadata in an online photo-sharing system. *Library & Information Science Research*, 31, 54–65. DOI: 10.1016/j.lisr.2008.06.006
- Stvilia, B. and Jorgensen, C. (2010). Member activities and quality of tags in a collection of historical photographs in Flickr. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(12), 2477–2489. DOI: 10.1002/asi.21432
- Stvilia, B., Jorgensen, C., and Wu, S. (2012). Establishing the value of socially-created metadata to image indexing. *Library & Information Science Research*, 34, 99–109. DOI: 10.1016/j.lisr.2011.07.011
- Strauss, A. and Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, CA: Sage.

- Strauss, A. and Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, (2nd ed.). Sage Publications: London.
- Tang, L. and Carter, J. A. (2011). Communicating image content. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 55th Annual Meeting*. DOI: 10.1177/1071181311551102
- Terras, M. (2011). The digital wunderkammer: Flickr as a platform for amateur cultural and heritage content. *Library Trends*, 59(4), 686–706. DOI: 10.1353/lib.2011.0022
- Tirilly, P., Huang, C., Jeong, W., Mu, X., Xie, I., and Zhang, J. (2012). Image similarity as assessed by users: A quantitative study, presented at *ASIST 2012*, October 26–31, 2012, Baltimore, MD. DOI: 10.1002/meet.14504901180
- Yoon, J. W. (2009). Toward a user-oriented thesaurus for non-domain-specific image collections. *Information Processing and Management* 45, 452–468. DOI: 10.1016/j.ipm.2009.03.004
- Yoon, J. W. (2010). Utilizing quantitative users' reactions to represent affective meanings of an image. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(7), 1345–1359. DOI: 10.1002/asi.21342.
- Yoon, J. W. (2011a). A comparative study of methods to explore searchers' affective perceptions of images. *IR Information Research*, 16(2).
- Yoon, J. W. (2011b). Searching images in daily life. *Library & Information Science Research*, 33, 269–275. DOI: 10.1016/j.lisr.2011.02.003
- Yoon, J. W. and Chung, E. (2011). Understanding image needs in daily life by analyzing questions in a social Q&A site. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(11), 2201–2213. DOI: 10.1002/asi.21637
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2014). Visualizing Bibliometric Networks. In Y. Ding, R. Rousseau, & D. Wolfram (Eds.), *Measuring Scholarly Impact* (pp. 285–320). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10377-8_13
- Walsh, I., Holton, J. A., Bailyn, L., Fernandez, W., Levina, N., and Glaser, B. (2015). What grounded theory is . . . A critically reflective conversation among scholars. *Organizational Research Methods*, 18(4), 581–599. DOI: 10.1177/1094428114565028
- Westman, S. and Oittinen, P. (2006). Image Retrieval by End-users and Intermediaries in a Journalistic Work Context. *Information Interaction in Context: International Symposium on Information Interaction in Context: IiIX*: Copenhagen, Denmark, October 18–20, 2006, 102–110. DOI: 10.1145/1164820.1164843
- White, H. D., & McCain, K. W. (1998). Visualizing a discipline: An author co-citation analysis of information science, 1972-1995. *Journal of the American Society for Information Science*, 49(4), 327–355.
- Zeng, M. L., Gracy, K. F., and Žumer, M. (2014). Using a semantic analysis tool to generate subject access points: A study using Panofsky's Theory and two research samples, presented at the *International ISKO Conference*, May 19–22, 2014, Krakow, Poland.
- Ørnager, S. & Lund, H. (2018) Images in social media. Categorization and organization of images and their collections. S.l.: Morgan & Claypool

Jan Foght Mikkelsen, lektor, Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab, Roskilde Universitet,
jfm@ruc.dk

Autokommunikation. Hvad er det?

Abstract

Auto-communication is communication directed to the sender himself or herself, but communicated via the outside world in an external media with a self-corroborating function. Auto-communication is an overlooked phenomenon in media and communication research. Therefore, the purpose of this article is to examine the phenomenon of auto-communication as a special type of communication by stating its specific textual traits and its function for the sender: to stimulate the self-esteem and to confirm the identity. The article distinguishes between an unreflected auto-communication and a planned and strategic use of auto-communication. Auto-communication exists on an organizational level, for example, in self-referential and inside advertisements which are irrelevant to the consumer. Auto-communication also exists on an individual level, for example in personal updates on Facebook, which are only relevant to the sender because of the egocentric, superficial and trivial character of the content.

Keywords: auto-communication, status-update, magic of the media, self-corroborating, Facebook, commercials

Introduktion

Autokommunikation er et noget overset fænomen i både dansk og international medie- og kommunikationsforskning. Først inden for de sidste ca. 15 år er autokommunikation kommet på forskningens dagsorden, men det kun i meget begrænset omfang. Og det især i Danmark i kraft af Lars Thøger Christensens indsats (Christensen, 2001; 2003; 2004; Christensen, Andersen & Marcussen, 2007). En google-søgning på "autokommunikation" giver kun ganske få hits, og mange kommunikationsforskere har aldrig hørt om fænomenet. Begrebet autokommunikation eksisterer ikke som opslag i det store *Medie- og kommunikationsleksikon* redigeret af Kolstrup, Agger, Jauert & Schrøder (2009). Heller ikke i den opdaterede netversion. Som opslag i Wikipedia optræder begrebet kun i betydningen som kommunikation til afsender selv i form af indre monolog, huskesedler, dagbøger mv., altså som intrapersonel kommunikation.

Begrebet autokommunikation er interessant fordi det kan kaste lys over en række ellers svært forståelige og mærkelige former for kommunikation. Dvs. kommunikation som umiddelbart virker underligt irrelevant, indforstået, intetsigende eller selvoptaget. Vel at mærke når denne kommunikation betragtes som "normal" indholdskommunikation, dvs. som "overførelse" af en meddelelse fra en afsender til en modtager. Det gælder fx for mange personlige opdateringer på Facebook, eksempelvis når en ung kvinde skriver at hun har købt et "vildt sexet slips" til kæresten, har fået 10 til en eksamen og har lavet 20 armbøjninger. Hvad skal en modtager bruge

sådanne informationer til? Måske kan de bruges til at vedligeholde relationen til vennerne på Facebook? Men dette kan ikke være deres primære funktion, og at betragte opdateringen som relationskommunikation – hvad den naturligvis også er - forklarer jo ikke det for en modtager trivielle indhold.

På tilsvarende måde kan virksomheder og organisationer lave reklamer, informationsmateriale, hjemmesider og anden ekstern kommunikation som kan virke indforstået, irrelevant, selvoptaget osv. Det samme gælder for mærkater sat op på en bils bagrude som "Børn i bilen" eller sat op på en havelåge: "Giftfri have". Det er ikke lige til at se afsenders formål med denne type kommunikation. Først når den betragtes som kommunikation til afsender selv bliver den meningsfuld og relevant. Dens funktion er nemlig at stimulere afsenders selvfølelse og bekræfte afsenders identitet. Fx kan forældrene bekræfte deres identitet som ansvarlige og omsorgsfulde forældre vha. mærkaten "Børn i bilen". Kvinden på Facebook kan beundre sig selv ved at spejle sig i det idealiserede billede hun fremstiller af sig selv. Dermed får hun både stimuleret selvfølelsen og bekræftet sin identitet. Men især mærkaten "Giftfri have" kan samtidig siges at signalere et tilhørsforhold til et større holdningsfællesskab og dermed bidrage til at reproducere og bekræfte dets identitet.

Autokommunikation er kort sagt kommunikation via omverdenen i et eksternt medie henvendt til afsender selv med den funktion at stimulere afsenders selvfølelse og bekræfte afsenders ideale selv billede (jf. Christensen, 2004). En sådan form for kommunikation må selvsagt forekomme en ekstern modtager underlig, trivial og intetsigende.

Jeg forsøger i denne artikel at bygge videre på især Lars Thøger Christensens indsats, men til forskel fra Christensen vil jeg anvende begrebet autokommunikation bredt om alle slags kommunikation og ikke kun marked- og virksomhedskommunikation. Jeg beskæftiger mig ikke primært med organisationers kommunikation, men med autokommunikation som generelt fænomen og som kommunikationstype, herunder kommunikation på individplan. Mit fokus vil være på tekster eller medieprodukter som fungerer som autokommunikation. Jeg fokuserer lige som Christensen på den interpersonelle autokommunikation som finder sted via eksterne medier. I første række er autokommunikation dog kommunikation til afsender selv i form af huskesedler, dagbøger, indre dialog og andre former for privat enetale. Men denne elementære og fundamentale autokommunikation falder uden for denne artikels fokus fordi den er intrapersonel og ikke mediefornidlet.

Jeg begynder med at gøre rede for fænomenet autokommunikation og for denne kommunikations funktion som stimulering af afsenders selvfølelse og bekræftelse af afsenders identitet. Da autokommunikation altid optræder som et potentiale indfoldet i en anden slags kommunikation, rejser det spørgsmålet om hvordan man så kan identificere autokommunikation. Jeg forsøger at besvare dette spørgsmål og i forlængelse heraf at gøre rede for typiske indikatorer på autokommunikation. Jeg eksemplificerer disse tekstuelle indikatorer ved en kort analyse af to meget forskellige tekster som (ifølge min analyse) begge fungerer som autokommunikation. Derefter gøres der rede for to forskellige typer autokommunikation: den ufrivillige og ureflekterede versus den planlagte og strategiske autokommunikation. Mens den ufrivillige spejler afsenders selvoptagethed, bruger den planlagte type autokommunikation som en effektivisering af en organisations interne kommunikation til dens ansatte. Den kombinerer intern og ekstern kommunikation sådan som det demonstreres i en analyse af en organisations kampagne. Spørgsmålet er her hvordan man kan skelne mellem de to typer autokommunikation.

Autokommunikation som selvbekræftelse og selvforførelse

Den estiske semiotiker Jurij Lotman er den første som gør opmærksom på fænomenets eksistens og dets paradoksale karakter: Nemlig det forhold at afsender kommunikerer et budskab til sig selv som han eller hun allerede kender (Lotman, 2001, s. 21). Det virker jo umiddelbart formålsløst. Men Lotman ophæver paradokset ved at påpege den forandring der sker med en tekst når den optræder i et eksternt medie. Dvs. når teksten bevæger sig fra at være et stykke papir i afsenders skrivebordsskuffe til et trykt medie, fx en avis, en pjece eller en bog. Afsenders tekst får en ny status og dermed en helt ny betydning og værdi for afsender: Bevidstheden om at andre nu er opmærksomme på og læser teksten, og bevidstheden om at teksten nu eksisterer offentligt i et seriøst og autoritativt medie har en positiv effekt på afsenders selvfølelse. Teksten og dens budskab er

uforandret, men dens eksistens i et offentligt medie med en højere status end et upubliceret manuskript tilfører teksten en særlig prestige eller "merværdi" (Lotman, 2001, s. 21). Afsender føler sig derfor stolt og får stimuleret sin selvfølelse og synliggjort sin eksistens. Autokommunikation har således en selvbekræftende og selvreproducerende funktion (Lotman, 2001). Selv om denne funktion ikke er det centrale i Lotmans projekt, så vælger jeg i forlængelse af Thøger Christensen (2004) at placere denne funktion helt centralt i definitionen af autokommunikation som fænomen.

Autokommunikation adskiller sig fra klassisk indholdskommunikation som skal "overføre" information til en modtager, og fra relationskommunikation hvis formål er at etablere og opretholde en relation og kontakt mellem afsender og modtager. Til forskel fra disse typer kommunikation sætter afsender sig selv og mediet i centrum i autokommunikation. Mediet tjener til at synliggøre afsenders eksistens, bekræfte afsenders ideale selv billede og stimulere afsenders selvfølelse (jf. Christensen, 2004). Tekstens indhold og afsenders relation til modtager er mindre vigtig. Groft sagt kan man sige at autokommunikation instrumentaliserer sin modtager ved at gøre denne til et middel til afsenders selvbekræftelse. Dette sker ved at den offentligt eksponerede tekst gør krav på modtagers opmærksomhed og interesse uden samtidig at kommunikere noget som er relevant for modtageren. Det kommunikerede er primært relevant for afsender selv.

Som Christensen gør opmærksom på forudsætter autokommunikationens stimulerende og selvbekræftende funktion et element af selvbedrag og selvforførelse (Christensen, 2004, s. 17). Nemlig troen på at være genstand for omverdenens opmærksomhed og interesse og på dermed at være betydningsfuld for andre. Denne selvforførelse faciliteres af mediets "magi". Tekstens eksistens i et offentligt medie med en eller anden grad af prestige og autoritet får afsender til at forveksle denne offentlige eksponering med at være genstand for andres interesse og til at tro på at kommunikere noget som er relevant for andre. Denne tro eller overbevisning stimulerer afsenders selvfølelse. Selvforførelsen hjælpes også på vej af det forhold at autokommunikation altid er skjult og indfoldet som et potentiale i en anden slags kommunikation. Hvis autokommunikation bliver synlig for afsender som autokommunikation, virker selvforførelsen ikke.

Selvforførelsen imiterer eller snylter på den rolle de andres blik spiller i identitetsdannelsen og for bekræftelsen af selvet. Vi konstruerer vores identitet, og denne skal konstant bekræftes og godkendes af de andre for at få social eksistens. Identiteten er således en social konstruktion som en person konstruerer ved at fremvise et billede af sig selv for at få de andres accept og bekræftelse (jf. Goffman, 2015). Selvet har brug for de andres opmærksomhed og bekræftelse for at få bekræftet sin sociale eksistens og sin identitet. Sociologen Zygmunt Bauman formulerer det således: "Selvkonstruktion af selvet er en nødvendighed. Selvbekræftelse af selvet er en umulighed." (Bauman, 2003, s. 89). I identitetsdannelsen og vedligeholdelsen af identiteten kan selvet ikke bekræfte sig selv fordi identiteten og selvet er et relationelt fænomen. Selvets identitet skabes i konstant dialog og interaktion med andre og er afhængigt af især de betydningsfulde andres feedback og accept. Et positivt selvforhold kræver at selvet bliver set og bekræftet af de andre (Honneth, 2003). Vi spejler os i andre og deres blik på os, og i denne spejling dannes identiteten.

Det er denne socialpsykologiske logik som selvforførelsen imiterer eller snylter på. Fordi selvbekræftelse af selvet er en umulighed, er en autokommunikerende afsender nødt til at forføre sig selv til at tro på at han eller hun i kraft af at kommunikere i et eksternt medie er genstand for et publikums opmærksomhed og interesse. Vha. det eksterne medies magi kan afsender forføre sig selv til at tro sig betydningsfuld i de andres øjne.

Afsenders tro på at være betydningsfuld er imidlertid som oftest ønsketænkning faciliteret af mediets magi. For det er jo ikke sikkert at afsenders tekst får opmærksomhed, bliver læst og opfattes som relevant for andre fordi den bliver offentligt eksponeret. Men afsender forveksler selve det at være eksponeret med at være betydningsfuld for andre. Heri består selvforførelsen. Det er imidlertid et faktum at vi lever i et overkommunikeret samfund, og derfor "er opmærksomhed og interesse en indiskutabel mangelvare i en verden mættet med budskaber, der alle gør krav på at blive hørt og taget alvorligt." (Christensen, 2004, s. 17).

Afsenders tro på et interesseret og engageret publikum er ofte ren illusion: Således har Christensen (2001; 2004; Christensen, Andersen & Marcussen, 2007) påpeget at det forholder sig sådan i forbindelse med en del reklamekommunikation. Se de mange eksempler i bogen *Reklame i selvsving* (Christensen, 2001). Mange reklamer er autokommunikation fordi de afspejler afsenders selvoptagethed og dermed primært er forståelige og interessante for afsender selv. Dvs. bureauet der har produceret reklamen, virksomheden og dens medarbejdere. For den almindelige forbruger som antages at udgøre reklamens målgruppe, er sådanne selvoptagede reklamer ligegyldige, irrelevante og uforståelige. Disse indforståede reklamer overser at "nuancer og detaljer der er vigtige for virksomheden selv, ikke har den fjerneste interesse for markedet", og derfor "kammer selvforførelsen over i selvsving". (Christensen, 2004, s. 20).

Et eksempel på en indforstået og selvoptaget reklame er en reklame for Peter Larsen Kaffe i Fairtrademagasinet *Fair nok* (nr. 12, 2002). Under overskriften "Fairtrade siden 1995" står der:

Da Fairtrade (tidl. Max Havelaar) blev introduceret på det danske marked i 1995, var Peter Larsens Kaffe en af de første, som gik ind i dette samarbejde. Alle vores økologiske produkter er også Fairtrade-mærkede og Peter Larsens Kaffe har i dag en markedsandel på over 40% på Fairtrade-mærket kaffe i Danmark.

Det må formodentlig først og fremmest være virksomheden selv og dens medarbejdere som finder det relevant at Peter Larsen Kaffe som en af de første solgte Fairtrade kaffe på det danske marked. Den oplysning kan næppe interessere en forbruger som skal vælge et kaffeprodukt. Det samme gælder oplysningen om at Peter Larsen Kaffe har en markedsandel på over 40% på Fairtrade-mærket kaffe i Danmark. Her er reklamen gået i "selvsving" som Christensen udtrykker det. Men dog ikke mere end at også den forbruger som allerede har valgt dette kaffemærke kan synes at oplysningerne er relevante og føle sig bekræftet i sit valg af denne kaffe.

Hvordan identificere autokommunikation?

Autokommunikations primære karakteristikum er dens rettedhed mod afsender selv og dens selvbekræftende funktion for afsender. Men hvordan ser man om dette er tilfældet? Autokommunikation er ifølge Lotman (2001) en dimension eller et potentiale indfoldet i enhver kommunikation. Derfor er spørgsmålet hvornår autokommunikation er en teksts primære funktion?

Hvordan identificerer man autokommunikation, dvs. hvordan afgør man om et medieprodukt primært kommunikerer til afsender selv? Lad os se på en kort tekst som de fleste af os jævnligt stødte på. På mange bilers bagrude sad en lille hvid, trekantet mærkat med rød kant som på et trafikskilt. På mærkaten står sætningen "Børn i bilen", og på nogle står der også "Babysam" med små bogstaver. Babysam er en forretning som forhandler barnevogne og andre artikler til små børn. Rigtig mange nybagte forældre vælger at sætte mærkaten på bagruden af deres bil som en meddelelse til omverdenen. Men hvad meddeler den, og hvem er den forståelig og relevant for? Sådanne spørgsmål må man stille og søge at svare på for at kunne afgøre om der er tale om autokommunikation.

Sætningen "Børn i bilen" er ikke svær at forstå. Dens betydning er noget i retning af at "Denne bil indeholder børn." Men det er uklart hvad en modtager skal forstå, dvs. hvad meningen med det sagte er. Hvad kan formålet være, dvs. hvilken type sproghandling er der her tale om (jf. Austin, 1962/1992)? Er det en konstatering: i denne bil er der børn? Eller en undskyldning: forældrene beklager deres distræte kørsel pga. distraherende børn i bilen? Eller er det en advarsel: pas på vi kan være til fare for andre trafikanter fordi chaufføren kan være uopmærksom pga. børn der skændes på bagsædet? Eller er det en opfordring: de øvrige trafikanter bør opføre sig særligt hensynsfuldt i forhold til en bil med børn? Det er ikke let at gennemskue.

At fortolke ytringen som en opfordring er vel den mest sandsynlige og relevante fortolkning. Sætningen "Børn i bilen" kan således være et argument for at medtrafikanterne bør passe på og tage et særligt hensyn til netop denne bil hvorpå mærkaten sidder. Men er denne oplysning relevant for de øvrige trafikanter? Skal de opføre sig anderledes i trafikken end de ellers ville? Og er det realistisk at de vil ændre adfærd? Og hvorfor egentlig ændre adfærd fordi der er børn i en bil? Som ekstern kommunikation til de øvrige trafikanter kan mærkaten virke intetsigende og formålsløs.

Man kan derfor spørge hvad det siger om forældrene at de opfordrer de øvrige trafikanter til at passe på deres børn? Jo, det viser at der i denne bil er omsorgsfulde og ansvarlige forældre. Og det viser at forældrene mener at de har en vigtig oplysning til deres medtrafikanter. Problemet er bare at omverdenen ikke kan bruge denne oplysning til noget. Hvorfor så kommunikere noget som omverdenen ikke kan se noget formål med, noget som er trivielt? Kommunikationen giver ikke meget mening betragtet som henvendelse til omverdenen. Derimod giver den mening når den betragtes som kommunikation til forældrene selv, altså som autokommunikation. Via den offentlige eksponering af et idealt selvbillede kan forældrene forføre sig selv til at tro at de sender en vigtig meddelelse til deres trafikale omverden. Og forældrene kan forføre sig selv til at føle sig som omsorgsfulde og ansvarlige forældre. Mens forældrene mener at sende en vigtig meddelelse til den trafikale omverden, er der primært tale om at de sender et budskab til sig selv, men kommunikeret via omverdenen: "Vi er omsorgsfulde og hensynsfulde forældre som beskytter vores børn." Forældrene må selv være overbevist om at de kommunikerer til omverdenen, og at deres mærkat interesserer omverdenen. – Dog kan man sige at forældrenes autokommunikation også har en sekundær relevans for det holdningsfællesskab af småbørnsforældre som de tilhører. Dette fællesskab af ansvarlige småbørnsforældre kan føle sig bekræftet hver gang det ser "Børn i bilen" på en bils bagrude.

Vi kan nu vende tilbage til det indledende spørgsmål om hvordan man identificerer autokommunikation, dvs. hvornår en afsender kommunikerer med sig selv. Hvordan blev det klart at mærkaten var autokommunikation? Hvordan afgør man om der er tale om autokommunikation? Hverken Jurij Lotman eller Lars Thøger Christensen forholder sig eksplicit til dette spørgsmål. Mit forslag er at man kan stille en række spørgsmål til medieproduktet og kommunikationen. Disse 4 spørgsmål kan udledes af den teoretiske definition på autokommunikation. Det følger af definitionen på autokommunikation som kommunikation rettet til afsender selv med en selvbekræftende funktion, at det gælder om at undersøge om teksten primært er forståelig og relevant for afsender, og om den er egnet til at stimulere afsenders selvfølelse og bekræfte afsenders identitet. Spørgsmålene lyder som følger:

Hvem er det forståeligt for?

Hvem er det relevant for?

Hvem har det en funktion for?

Kan kommunikationen virke selvbekræftende for afsender?

Jo mere man kan svare "afsender selv" på disse spørgsmål (og ja, til det sidste), jo mere sandsynligt er det at der er tale om autokommunikation. Til hvilke tekster stiller man de 4 spørgsmål? I princippet kan de stilles til alle slags tekster fordi alle tekster som sagt kan have en autokommunikativ funktion. Men i praksis opleves nogle tekster som mere relevante at studere som autokommunikation. Nemlig tekster hvor man (= analytikeren) undrer sig fordi teksten opleves som mærkelig, intetsigende, indforstået eller irrelevant betragtet som "normal" indholdskommunikation. Det kan fx være en reklame hvor modtager ikke kan se hvad der reklameres for. Eller en politisk plakat som er uforståelig for alle andre end partiets egne medlemmer. Det er på denne måde at teksteksemplerne i denne artikel er fundet.

Ovenstående spørgsmål stilles i forlængelse af en analyse af kommunikationssituationen. Der findes nemlig ingen medieprodukter som objektivt eller i sig selv er autokommunikation uafhængigt af den kommunikationssituation hvori det optræder. Hvad der er autokommunikation er altid relativt til kommunikationssituationen. Dette skyldes også at autokommunikation aldrig optræder i umiddelbart synlig form. Tværtimod er den altid skjult eller indfoldet i en anden slags kommunikation. Derfor er det nødvendigt at svare på følgende spørgsmål: Hvem kommunikerer hvad, på hvilken måde, i hvilken situation, i hvilket medie, til hvilken målgruppe og med hvilket formål? Analysen af "Børn i bilen" begyndte med en besvarelse af disse spørgsmål efterfulgt af de fire ovenstående.

Dog bør der tages et forbehold her hvad angår relevansens udstrækning, for som især de tidligere eksempler "Giffri have" og reklamen for Peter Larsen kaffe viser, så kan medieproduktet også være relevant for det

holdningsfælleskab som afsender tilhører. Fx markerer "Giftfri have" på indforstået vis et tilhørsforhold til "os der er modstandere af giftige ukrudtsmidler". Dette fælleskab kan føle sig bekræftet hver gang det ser skiltet på en havelåge. Man kunne kalde denne relevans for sekundær for det er stadig afsender selv som kommunikationen primært har en funktion for. Man kan med Lotman (2001) sige at kulturen (holdningsfællesskabet og dets værdier og idealer) selv autokommunikerer og derved bekræfter og reproducerer sig selv.

Tekstuelle indikatorer på autokommunikation

Når det gælder om at identificere autokommunikation må analysen af kommunikationssituationen og besvarelsen af de fire spørgsmål suppleres med et kendskab til karakteristiske træk ved tekster som fungerer som autokommunikation. Disse typiske træk er emnet i dette afsnit.

Selv om autokommunikation primært er defineret ved sin rettet mod og sin bekræftende funktion for afsender, er det muligt at opstille en række kendetegn eller indikatorer på tekster/medieprodukter som fungerer som autokommunikation. Dog besværliggøres dette forehavende imidlertid af to forhold: For det første kan al kommunikation som sagt have en autokommunikativ funktion eller dimension. For det andet optræder autokommunikation skjult og som et potentiale indfoldet i en anden form for kommunikation, dvs. i en eller anden form for indholdskommunikation eller relationskommunikation. Lotman siger således om autokommunikation at den "kan være maskeret eller fremtræde som andre slags kommunikation". (Lotman, 2001, s. 30). I forlængelse af Christensens og min definition af autokommunikation som ekstern kommunikation med en selvbekræftende funktion vil det være mere korrekt at skærpe Lotmans formulering, og sige at autokommunikation nødvendigvis altid må være skjult eller "maskeret" for at kunne have en selvbekræftende funktion for afsender. Denne "maskering" er nemlig en nødvendig forudsætning for at afsenders selvforførelse og selvbedrag kan lykkes, sådan at teksten kan have en selvbekræftende funktion for afsender. Afsender må tro at han eller hun kommunikerer til omverdenen og ikke til sig selv. Om denne omverden faktisk er opmærksom på og interesseret i afsenders tekst spiller en mindre rolle. Hvis derimod en afsender er bevidst om udelukkende at kommunikere til sig selv, lykkes selvforførelsen ikke, ligesom mediets magi fordufter.

Fordi autokommunikation optræder som et potentiale indfoldet i anden kommunikation, skal der ikke ledes efter typiske kendetegn ved tekster som fungerer som autokommunikation, eller i nogle specielle teksttyper eller genrer. Derimod skal der søges efter typiske træk på tværs af alle slags tekster. Dette på trods af at nogle genrer i højere grad kan have en autokommunikativ funktion end andre. Fx er autokommunikation meget udbredt i statusopdateringer på Facebook og i reklamer (jf. Christensen, 2001 og 2004).

Hverken Christensen eller Lotman søger efter generelle kendetegn ved tekster som fungerer autokommunikativt. Dog nævner Lotman at den autokommunikerende æstetiske tekst kan være karakteriseret af træk som er overflødige set i et normalt indholdskommunikations-perspektiv hvor afsender tilstræber at "overføre" information til en modtager som ikke er afsender selv (Lotman, 2001, s. 30). Og Christensen nævner at sådanne tekster – typisk reklamer – er indforståede, selvoptagede og præget af selvreference (jf. Christensen, 2001).

Når hverken Lotman eller Christensen søger at opstille generelle kendetegn ved tekster som fungerer autokommunikativt, hænger det sammen med deres respektive tilgange til autokommunikation. Lotmans interesse gælder den æstetiske tekst set i et semiotisk og kulturhistorisk perspektiv med fokus på denne teksts rolle i individets og kulturens reproduktion. Christensens interesse gælder organisationskommunikation: Han fokuserer på hvordan autokommunikation fungerer i et organisationsperspektiv, og specielt på kommercielle virksomheders markedskommunikation i form af reklamer. Min kommunikationsvidenskabelige tilgang er derimod ikke specielt fokuseret på nogen bestemt type kommunikation, men bredt interesseret i autokommunikation som fænomen. Derfor dækker den mange forskellige slags tekster: festtaler, valgplakater, statusopdateringer mm. på Facebook, informations- og valgplakater, tv-nyheder, middagskonversation, hjemmesider og reklamer. Autokommunikation kan forekomme i forbindelse med alle slags tekster. I dette kommunikationsvidenskabelige perspektiv kan nogle generelle tekstuelle indikatorer på autokommunikation oplistes.

Før det gøres skal det siges at inspirationen til opstillingen af disse tekstlige indikatorer kommer fra forskningen i teksters forståelighed og modtagers tekstforståelse, dvs. studiet af hvilke tekstlige træk som fremmer henholdsvis hæmmer forståelsen af tekster. De tekstlige indikatorer er baseret på empiriske analyser af modtageres forståelse af især nyhedsformidling foretaget i 1980'erne og 1990'erne (se fx Pittelkow, 1985, Jensen, 1987, Poulsen, 1988, Mikkelsen, 1996).

Kort sagt er konklusionen på disse studier at afsenderorienterede tekster ofte er svært forståelige, mens modtagerorienterede tekster som regel fremmer forståelsen. Modtagerorienterede tekster kommer målgruppen i møde ved i udformningen af teksten at tage udgangspunkt i modtagers univers: dvs. i modtagers viden om verden og nyhedstekstens emne og i modtagers kommunikative kompetence. Desuden gøres den sproglige fremstilling så enkel som muligt, og teksten forsøger at tydeliggøre meningen med og sammenhængen mellem tekstens enkelte dele.

Modsat gælder det for afsenderorienterede tekster at de (som regel utilsigtet) er rettet til afsender selv: De tager udgangspunkt i afsenders eget univers: dvs. i afsenders egen viden om verden og tekstens emne, og i afsenders egen kommunikative kompetence. En sådan afsendercentreret tekst kommer ikke sin modtager i møde, men tager det tværtimod for givet at modtager har samme viden, virkelighedsforståelse og kommunikative kompetence som afsender. Men dette er sjældent tilfældet. Især pga. store forskelle i uddannelse og alder. Forskningen i teksters forståelighed viser at afsenderorienterede tekster rummer mange af de tekstuelle træk som også kan ses som indikatorer på autokommunikation rettet til afsender selv. Tilstedeværelsen af sådanne indikatorer gør at teksten virker:

- indforstået fordi den forudsætter at modtageren har en ganske bestemt viden som ikke er common sense-viden
- selvoptaget og selvreferentiel fordi teksten refererer til sit eget selvskabte univers
- svært tilgængelig pga. en særlig sprogkode, fx særlige faglige begreber eller slangudtryk som ikke er almindeligt kendte
- usammenhængende fordi den kræver mange "mellemløbere" før en modtager kan skabe sammenhæng og mening i teksten (jf. Eco, 1977 om tomme pladser)

Ovenstående karakteristiske autokommunikative træk fremtræder når en tekst, som fungerer som autokommunikation, ses i forhold til en normal kommunikationssituation hvor en afsender kommunikerer et indhold til en modtager (som ikke er afsender selv). Jo flere af disse træk en tekst har, jo mere sandsynligt er det at den har en autokommunikativ funktion. Dog er det vigtigt at fremhæve at de nævnte tekstuelle træk ikke nødvendigvis forekommer i forbindelse med al autokommunikation. Deres tilstedeværelse er ikke et tilstrækkeligt grundlag til at kunne afgøre om en given tekst fungerer som autokommunikation. Der er tale om tekstuelle indikatorer som kan være nyttige til at identificere autokommunikation. De er hverken nødvendige eller tilstrækkelige til at identificere autokommunikation. Autokommunikation er ikke primært et tekstligt fænomen forbundet med specifikke tekstuelle karakteristika, men en funktion eller kommunikationstype. En tekst kan således godt være indforstået, selvreferentiel og svært tilgængelig pga. fx særlige faglige begreber som ikke er almindeligt kendte, uden at fungere som autokommunikation. Og teksten kan virke mærkelig og langt fra common sense uden af den grund at være autokommunikativ. Dette kan være tilfældet pga. af en afsenders originalitet, tænk på den egensindige filosof Martin Heidegger, sociologen Niklas Luhmann og filosofen Friedrich Nietzsche og deres særprægede skrivemåde. Sådanne afsendere skaber alle deres eget særlige og selvreferentielle begrebsapparat som er både svært begribeligt og svært tilgængeligt. – Omvendt kan tekster som er helt uden nogle af disse træk også fungere autokommunikativt (jf. 'Børn i bilen' og senere om personlige opdateringer på Facebook og Call Me's kampagne).

De nævnte tekstuelle kendetegn på autokommunikation kan alle ses som tegn på at afsender tager udgangspunkt i sin egen situation og sit eget univers og ikke i modtagers. I det følgende gives et eksempel på en tekst som er ekstremt selvcentreret og indforstået og som fungerer som autokommunikation.

En selvcentreret, indforstået og svært tilgængelig tekst

I dagbladet *Information* optræder en lille annonce for en bog som dens forfatter har rykket ind den 30/5 2004. Annoncen er 12 cm høj og 8 cm bred og har overskriften "BOGNYT!!!". Jeg citerer ca. 1/2 af brødteksten og udelader visse passager som ikke er relevante for sagen. Overskriften, som er identisk med bogens titel, lyder sådan: "Når friheden rasler med sablen og forslår – om stater uden målsætninger og visioner." Selve brødteksten lyder i mit uddrag sådan:

Læs om hvordan vi slap af med den politiske magt for at finde friheden. Politisk magt er mest for psykopater, hvorfor levebrødspolitikere blev smidt på porten sammen med de royale. (...) Med indførelsen af friheden blev ytringsfriheden indført og der blev dannet en ny grundlov og presselov. Retfærdigheden blev indført og der blev danset i gaderne. Dualismens åg (ideologiernes arnested) blev afskaffet – og livet blev værd at leve. Da friheden indførtes fik man kærligheden gratis ved samme lejlighed. (...) Køb bogen i dag og vær med til omformningen af det ynkverdige velfærdssamfund.

Forfatterens virkelighedsbillede må siges at være langt fra common sense: tingene hænger sammen på anderledes måder som er svært gennemskuelige. Ikke desto mindre forudsætter teksten denne sammenhæng bekendt. Den ekspliciteres ikke, og derfor skal en modtager foretage adskillige mellemregninger for at skabe sammenhæng og mening i teksten. Umiddelbart virker teksten derfor ekstremt indforstået og selvreferentiel. Den opbygger sit eget univers eller sin egen virkelighed. Forfatteren opererer således med en virkelighed hvor "friheden" og "retfærdigheden" (begge i bestemt form) kan "findes" som en genstand man finder, og "indføres" som om der var tale om et forbud, en ny trafikregel eller lignende.

Det er uklart hvad forfatteren mener med disse begreber, men de betyder noget andet end de normalt gør. I det hele taget optræder adskillige uklart definerede begreber og uforståelige udtryk og sproglige vendinger: Fx kan "friheden rasle med sablen og forslår".? Der tales også om "stater uden visioner og målsætninger". Her er ordenes betydning klar nok, men det er helt uklart hvad meningen er fordi sætningen ikke hænger sammen med resten af teksten hvori hverken visioner eller målsætninger nævnes. Endnu mere kryptisk er sætningen: "Dualismens åg (ideologiernes arnested) blev afskaffet – og livet blev værd at leve.". Det er helt uklart hvad der tænkes på med udtrykket "dualismens åg", og hvordan dette kan være "ideologiernes arnested"". Det eneste som er klart er at det er noget negativt siden dets "afskaffelse" gør "livet værd at leve".

Her er tydeligvis tale om en selvcentreret og lukket tekst som ikke vil give en modtager "adgang" til dens mening. Teksten rummer mange tekstuelle indikatorer på autokommunikation: Den er indforstået, selvreferentiel, svært tilgængelig, usammenhængende og uden relevans for et publikum. Men dens formål er klart nok: Teksten vil gøre opmærksom på og kort karakterisere forfatterens bog. Paradoksalt nok synes teksten som annonce for bogen kun at være forståelig og relevant for afsender selv. Derfor er der her tale om dysfunktionel ekstern kommunikation. Den selvoptagede autokommunikation forstyrrer den eksterne kommunikation.

Selvoptagede individer og organisationer

Som individer har vi brug for bekræftelse af vores selv (jf. Giddens, 1991; Bauman, 2003). Og det samme gælder organisationer og virksomheder (jf. Hatch & Schultz, 2009). Både individer og organisationer må i dag foretage et omfattende identitetsarbejde: identiteten skal skabes, udtrykkes, bekræftes og vedligeholdes. Som bl.a. sociologen Anthony Giddens har fremhævet, er individets identitet ikke længere givet på forhånd i kraft af traditioner m.m., men skal til stadighed konstrueres i en refleksiv proces (Giddens, 1991; Bauman, 2003). Også organisationer som ønsker at bruge deres brand må konstruere og udtrykke organisationens identitet gennem corporate branding (jf. Hatch & Schultz, 2009; Christensen & Morsing, 2005).

Organisationer har brug for at spejle sig i omverdenen, fx ved at spejle sig i egne budskaber i et eksternt medie. De har brug for at vise hvem de er, og hvordan de ønsker at være, og at gøre deres eksistens synlig for sig selv og andre. Ekstern kommunikation med afsender selv som modtager kan således bruges til at konstruere og bekræfte organisationens identitet.

Reolproducenten Montanas corporate branding projekt er et eksempel på dette. I 2003 udsendte Montana en firefarvet og firesproget brochure på 136 sider trykt på tykt papir med et omslag af karton. Den meget eksklusive

reklamebrochure bærer den sigende titel "Being Montana". I en analyse af brochuren karakteriseres brochuren som et identitetsprojekt i form af en corporate branding af Montanas identitet (Christensen, Andersen & Marcussen, 2007). Der er således tale om et klart autokommunikativt projekt som appellerer til virksomhedens ledelse, de ansatte og forhandlere. Behovet for bekræftelse af identiteten søges opfyldt i "en monologisk kommunikation med afsender selv" (Christensen, Andersen & Marcussen, 2007, s. 110): Brochuren "lukker sig i udpræget grad om afsender selv og nærmer sig derved et eksistentielistisk selvudviklingsprojekt mere end en imødekommende henvendelse som indtænker modtageren." (Christensen, Andersen & Marcussen, 2007, s.107). Denne lukkethed om sig selv gør teksten svært tilgængelig: sproget er æstetiserende, uklart og uigennemsigtigt med mange metaforer og poetiske og flyvske passager. Fx omtales Montanas reoler i brochuren metaforisk som et sprog:

Montana er et grænseløst sprog. Uendelige kombinationer af det samme. Et kommunikativt system fyldt med betydninger og forskelle. Et personligt alfabet, hvis dele sammensættes til ord. Ordene danner sætninger. Og sætningerne danner genrer. Poesi, eventyr, romaner, noveller. Alle sammen måder at fortælle en personlig historie på. Universelt, evigyldigt og alligevel unikt. (Christensen, Andersen & Marcussen, 2007, 108).

Brochuren er et karakteristisk eksempel på en selvoptaget, selvreferentiel og indforstået tekst som er dysfunktionel som ekstern kommunikation til forbrugerne. Den er i flere passager direkte uforståelig og i det store hele irrelevant for forbrugerne. Afsender er helt opslugt af sit eget identitetsprojekt: at konstruere og udtrykke sin identitet i et corporate branding-projekt.

En sådan selvoptaget og autokommunikerende afsender har sig selv på hjernen og kan ikke se sig selv i modtagers perspektiv. Derfor bliver kommunikationen indforstået, uforståelig og irrelevant for andre end afsender. Afsender undlader at foretage et perspektivskift og iagttagelse sin egen kommunikation fra et modtagerperspektiv og spørge sig selv: Ville jeg selv synes at det var forståeligt og interessant at læse dette hvis det var en anden der var afsender? Har det jeg kommunikerer relevans for andre? I stedet fremstiller afsender sin sag set i afsenders eget perspektiv, dvs. ud fra hvad afsender selv finder relevant og ud fra afsenders forståelse af virkeligheden. Og ikke ud fra hvad det kunne være hensigtsmæssigt at kommunikere til modtager for at blive opfattet som relevant, blive forstået og få tilslutning til sit budskab.

Den selvoptagede og autokommunikerende afsender findes også på individniveau. Eftersom et individs oplevelse af social usynlighed skaber lav selvfølelse og et negativt selvforhold (jf. Honneth, 2003, s. 87 ff.), er det vigtigt at gøre sig synlig, at manifestere sig. Er man ikke synlig eksisterer man så at sige ikke. På samme måde kan en organisations manglende synlighed blandt organisationens interessenter skabe lav selvfølelse hos medarbejderne (jf. Hatch & Schultz, 2009, s. 78.) Vi har alle et begær efter at blive set og at eksistere i de andres bevidsthed. Derfor har individer brug for at få bekræftelse ved at se sig selv manifesteret, fx i et medie som Facebook. Her kan de konstruere et idealiseret selv billede som de kan spejle sig i og derved få stimuleret selvfølelsen ved at tro sig set af andre. Til denne form for autokommunikation er personlige statusopdateringer på Facebook meget velegnet. Dette vil fremgå af følgende eksempel: Amalie, en universitetsstuderende på 23 år, skriver denne statusopdatering:

Har i dag: spist blødkogt æg af sit nye æggebære, lavet cafelatte med sin nye mælkeskummer, ryddet op og gjort rent i hele hytten, vasket hår med sin nye luksus shampoo og balsam, skrubbet sig med sin nye opskrift på kaffe-body-skrub og herefter smurt sig ind i sin nye mandelolie, så man er ekstra silkeblød til at springe ind i det nye år (...), sat nye negle på, lavet en knaldgod smoothie med sin nye blender OG sidst men ikke mindst (!!)) givet sin kæreste en nytårsgave bestående af en blå skjorte med matchende (herre nice) slips og dertil hørende pullover, som han ser overdrevet og fuldstændig uimodståelig lækker ud!!!

Opdateringen handler om alle de lækre ting Amalie har, og om hvordan hun ved hjælp af dem gør sig lækker. Hun prøver at fremstille sig som en interessant person, men hun gør det ved at opremse en række trivielle daglige gøremål hvor remedierne – alle de nye lækre ting – er det centrale. Spørgsmålet er imidlertid hvad en modtager skal bruge alle disse dybt trivielle informationer til? Hvilken relevans kan de have? Betragtet som indholdskommunikation til en modtager rummer de et overskud af trivielle informationer og et underskud af

mening og relevans. Informationerne handler udelukkende om hende selv og alle de ting hun bruger i forbindelse med sine gøremål. Det virker meget selvoptaget og egocentrisk.

Betragtet som autokommunikation er opdateringen velegnet til at Amalie kan spejle sig i den perfekte og tjekkede person hun fremstiller sig som, og derved få stimuleret selvfølelsen. Typisk for autokommunikation er det ikke afgørende om hun får noget respons, desuden ved hun at opdateringen kan ses af alle på hendes venneliste, og at de kan se den på deres Facebooknyhedsside og på Amalies profil. Amalie kan se og beundre sig selv og tro sig set af andre.

På denne baggrund er det muligt at opløse det paradoks som Anne Scott Sørensen nævner som karakteristisk for statusopdateringen på Facebook i sin undersøgelse af bl.a. selvfremsstillingen på Facebook (Sørensen, 2012). Sørensen siger at "statusopdateringen på en gang er det centrale omdrejningspunkt for kommunikationen og samtidig synes trivial og dermed overflødig" (Sørensen, 2012, s. 140). Dette paradoks kan imidlertid ophæves hvis statusopdateringen betragtes som autokommunikation. Gør man det, bliver den kommunikation som kan forekomme trivial betragtet som indholds- og relationskommunikation, ikke længere trivial. For afsender selv er disse informationer relevante som led i konstruktionen af identitet og som led i en selvspejling som kan stimulere afsenders selvfølelse. Amalies opdatering er et eksempel på det Giddens (1991, s. 76) kalder selvfortælling som er en del af individets identitetsarbejde. Dvs. de beretninger vi fortæller til os selv (og andre) om hvem vi er og gerne vil være.

Når Sørensen undrer sig over dette tilsyneladende paradoks, skyldes det at hun anser statusopdateringen som genre for primært at være relationskommunikation som er "bestemt af den fatiske funktion: at sikre og opretholde kommunikation." (Sørensen, 2012, s. 140). Men at betragte statusopdateringen som per definition relationskommunikation er næppe holdbart: den er i mindst lige så høj grad autokommunikation. Måske forholder det sig sådan at statusopdateringen har "egocentrisk og overfladisk karakter" (Sørensen, 2012, s. 148) fordi man laver den "for sin egen skyld", som en af interviewpersonerne i Sørensens undersøgelse siger (Sørensen, 2012, s. 137).

Ufrivillig versus planlagt autokommunikation

Hidtil har denne artikel haft fokus på ufrivillig og ureflekteret autokommunikation som typisk er dysfunktionel som kommunikation til eksterne målgrupper. Dette er tilfældet når en tekst sigter mod en ekstern modtager, men er udformet på en måde som forstyrrer den eksterne kommunikation. Nemlig når afsender er selvcentreret og selvoptaget og ikke anlægger modtagers perspektiv på sin egen kommunikation. Derfor bliver tekstens udformning præget af autokommunikative karakteristika. Men autokommunikation kan også bruges strategisk og reflekteret på en måde som kombinerer intern og ekstern kommunikation (jf. Christensen, 2004). Det sker når afsender bevidst henvender sig til sig selv ved at kommunikere i et eksternt medie, og det på en måde som også er forståelig og relevant for en ekstern modtager. Dette sidste er som sagt mindre vigtigt i den ufrivillige autokommunikation som har fokus på afsender selv og det eksterne medie. Ufrivillig kommunikation til afsender selv er, som det er vist, altid funktionel for afsender selv. Mediets magi sørger for at teksten kan have en stimulerende og bekræftende effekt på afsender, uanset om andre modtagere kan forstå teksten eller finder den relevant.

Strategisk og planlagt brug af autokommunikation består i at bruge ekstern kommunikation som middel til at effektivisere intern kommunikation. Virksomheder, organisationer og partier kan forstærke virkningen af den interne kommunikation til medarbejderne eller medlemmerne vha. mediets magi: Den offentlige eksponering af et givet indhold i et anerkendt medie og i en professionel udformning kan øge budskabets bekræftende eller overtalende virkning. På denne måde kan medarbejdernes motivation, engagement og identifikation med organisationen øges. Og virksomheden eller organisationen kan spejle sig i et idealiseret selvbillede. Et billede af hvordan afsender gerne vil se sig selv, og af hvordan afsender ønsker at fremstå for andre. Organisationen sammentænker på denne måde intern og ekstern kommunikation ved bevidst at forklæde den interne kommunikation til organisationen selv som ekstern kommunikation til offentligheden. Den eksterne eksponering

øger budskabets interne slagkraft i kraft af det valgte medies autoritet og prestige (jf. Christensen, 2003, s. 97). Mediets evne til at forstærke budskabets effekt er således et middel og ikke et mål i sig selv.

I den ufrivillige autokommunikation er målgruppen afsender selv, men i en organisations planlagte, strategiske brug af autokommunikation er der to målgrupper med tilhørende formål, nemlig målgruppen for den eksterne kommunikation og organisationen selv – typisk dens medarbejdere. Denne strategiske brug af autokommunikation er fortrinsvis udbredt i organisationskommunikation og aldrig i individers kommunikation. Planlagt og bevidst autokommunikation på individplan er vanskelig – hvis ikke umulig – fordi selvforførelsen ikke virker hvis dens selvbekræftende funktion er synlig og bevidst for afsender selv. Ufrivillig autokommunikation må som nævnt nødvendigvis optræde som skjult og indfoldet i en anden type kommunikation. Desuden planlægger individer ikke deres kommunikation på samme måde som organisationer planlægger fx kampagner og anden ekstern kommunikation. I den planlagte brug af autokommunikation er der ikke tale om nogen forførelse eller noget selvbedrag, derimod kan man sige at mediets magi bruges til at forstærke den forpligtelse eller overtalelse af medarbejderne som den interne kommunikation sigter mod. Medarbejderne overtales til at tage budskabet alvorligt fordi det er eksponeret uden for huset i et mere eller mindre prestigefyldt medie (jf. Hagen, 2008; Morsing, 2006). – Men uanset hvor bevidst en organisation benytter sig af strategisk autokommunikation, vil der også altid være tale om en spontan og ukontrolleret stimulering af afsenders selvfølelse.

Et eksempel på planlagt autokommunikation

Jeg vil i det følgende give et eksempel på en kommunikation som både benytter sig af strategisk autokommunikation til organisationens medarbejdere og af ekstern kommunikation til offentligheden og forbrugerne. Det drejer sig om mobilselskabet Call me's "tal-pænt" kampagne der første gang kørte i 2012 i både tv, aviser og på selskabets hjemmeside. Kampagnen er siden gentaget et par gange, men eksisterer i dag alene på selskabets hjemmeside i en noget ændret form hvor den nu hedder "Tal ordentligt". Kampagnen ønsker at bekæmpe "verbal forurening" ved at opfordre os alle til at tale pænt til hinanden. Den illustrerer den almindelige forekomst af "verbal forurening" med forskellige situationer hvor personer taler grimt til hinanden: i skolen, i trafikken, i sporten og i hjemmet. På hjemmesiden siges det at "Tal ordentligt handler om, at vi i alle henseender skal behandle andre med respekt og omtanke – og at vi har et ansvar for hinandens trivsel." Call me er et "mobilselskab med et hjerte til forskel. (...) Og vi tror på at en god tone er altafgørende for at vi trives som mennesker og kan udvikle os."

Kampagnen siger at "den hårde tone" er et samfundsproblem der bør tages hånd om. Og det gør Call me så med denne kampagne som tilsyneladende slet ikke reklamerer for at forbrugerne skal bruge dette mobilselskab. Call me påtager sig et samfundsmæssigt ansvar ved at opfordre os alle til at tale pænt og dermed bekæmpe den verbale forurening og dermed bidrage til at skabe trivsel for alle. Kampagnen henvender sig tilsyneladende udelukkende til offentligheden med sin støtte til en god sag. Men netop dette sociale ansvar bliver argument for at potentielle kunder bør vælge Call me frem for andre tele- og mobilselskaber. Forbrugerne kan på denne måde bidrage til at støtte en god sag og samtidig få kundeservicemedarbejdere som taler pænt til utilfredse kunder som ringer ind.

Som ekstern kommunikation til offentligheden og potentielle kunder er kampagnen både let forståelig og relevant. Den rummer ingen af de tekstuelle indikatorer på autokommunikation. Som intern kommunikation til medarbejderne – især i kundeserviceafdelingen – gør kampagnen det muligt for disse at spejle sig i et idealt selvbillede af "deres" virksomhed. Dette kan desuden stimulere medarbejdernes selvfølelse og skabe stolthed over at være ansat i en organisation som støtter en god sag (jf. Hagen, 2008). Medarbejderne er ofte de mest passionerede og dedikerede modtagere af CSR-budskaber eftersom de i stigende grad identificerer sig med deres arbejdsplads (jf. Morsing, 2006, s. 171).

Betragtet som intern (auto)kommunikation til medarbejderne kan kampagnen bidrage til at øge medarbejdernes engagement og identifikation med virksomheden og samtidig motivere dem til at tale pænt til kunderne. Pga. den omfattende eksponering af kampagnen i det offentlige rum stimuleres medarbejderne til at føle sig ekstra

forpligtede til at tale pænt til kunderne fordi offentlighedens blik nu hviler på dem og Call me. For at tydeliggøre denne forpligtelse blev medarbejderne forud for kampagnen i 2012 indkaldt til møder hvor de blev gjort opmærksomme på at de netop nu, mens kampagnen kørte, skulle være ekstra opmærksomme på at tale pænt til kunderne. Disse møder bekræfter at kampagnen i høj grad må betragtes som strategisk brug af autokommunikation hvor mediets magi – fremkaldt af den omfattende eksponering i medier med høj prestige – øger den overtalende virkning på medarbejderne.

Kampagnen er forståelig og relevant både som ekstern kommunikation til offentligheden og potentielle kunder og som intern kommunikation til medarbejderne – især i kundeservice. Den er dermed et eksempel på strategisk brug af autokommunikation, dvs. kommunikation til medarbejderne maskeret som kommunikation til eksterne målgrupper. Primært som Corporate Social Responsibility-kommunikation til offentligheden. Ledelseskommunikation til medarbejderne i eksterne medier vil ofte være autokommunikation, nemlig hvis medarbejderne oplever at ledelsens budskab også er fra dem selv. Dvs. hvis de kan identificere sig med budskabet og føler sig forpligtet af det.

Sammenfatning

Artiklens formål har været at undersøge det relativt ukendte fænomen autokommunikation, dvs. kommunikation hvor afsender kommunikerer til sig selv via omverdenen, og hvor kommunikationens funktion er at stimulere afsenders selvfølelse og bekræfte afsenders identitet. Dette sker ved at afsender forfører sig selv til at tro sig betydningsfuld for andre fordi afsenders tekst optræder i et anerkendt medie. Bevidstheden om at andre nu er opmærksomme på og kan læse teksten, får afsender til også at tro sig relevant og betydningsfuld for andre.

Artiklen har gjort rede for autokommunikation som fænomen, og for hvordan man kan identificere autokommunikation når denne altid optræder som et potentiale indfoldet i en anden slags kommunikation. Dette sidste er en nødvendig betingelse for at afsenders selvforførelse kan virke. Artiklen illustrerer ovenstående vha. analyse af en række korte tekster. Bl.a. illustreres den selvoptagede og egocentriske autokommunikation med en analyse af den personlige opdatering på Facebook.

Endelig skelnes der mellem den almindelige, ufrivillige, ureflekterede autokommunikation og den planlagte og strategiske brug af autokommunikation. Den sidste eksemplificeres med en organisations kampagne som sammentænker ekstern kommunikation til offentligheden med intern kommunikation til medarbejderne. Karakteristisk for autokommunikation fremstår kampagnen udelukkende som kommunikation til offentligheden. I kraft af kampagnens omfattende offentlige eksponering forstærkes dens overtalende virkning på organisationens medarbejdere.

Referencer

- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press
- Austin, L. T. (1962/1975). *How to Do Things with Words*. Oxford: Oxford University Press
- Bauman, Z. (1988/2003). *Frihed*. København: Hans Reitzels Forlag
- Broms, H. & Gahmberg, H. (1983). Communication to Self in Organizations and Cultures. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28, (pp 482-495)
- Christensen, L., T. (2001). *Reklame i selvsving*. København: Samfundslitteratur
- Christensen, L., T. (2003). Virksomhedens identitet som forførelse og selvforførelse, In Helder, J. & Kragh, B. (red.): *Når virksomheden åbner sit vindue – et corporate perspektiv* (pp 87-100). København: Samfundslitteratur
- Christensen, L., T. (2004). Det forførende medie. Om autokommunikation i markedsføringen. In *MedieKultur*, nr. 37, (pp 14-23)
- Christensen, L., T., & Morsing, M., (2005). *Bagom Corporate Communication*, København: Samfundslitteratur
- Christensen, L., T., Andersen, L. P., & Marcussen (2007). Being Montana, In *MedieKultur* nr. 42/43 (pp 102-116)
- Eco, U. (1977). *The Role of the Reader*. London: Hutchinson
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press
- Goffman, E. (1959/2015). *Hverdagslivets rollespil*. København: Samfundslitteratur
- Hagen, Ø. (2008). Seduced by their Procreative Image? On Using Auto Communication to Enhance CSR. I *Corporate Reputation Review*, june 2008, Volume 11, pp 170-182, DOI 10.1057
- Hatch, M., J., & Schultz, M. (2009). *Brug dit brand. Udtryk organisationens identitet gennem corporate branding*. København: Gyldendal Business
- Honneth, A. (2003). *Behovet for anerkendelse*. København: Hans Reitzels Forlag
- Jensen, K., B. (1987). *Seernes tv-avis*. København: Danmarks Radio
- Klastrup, L. (2016). *Sociale netværksmedier*. København: Samfundslitteratur
- Lotman, J., M. (1990/2001). *Universe of the Mind. A Semiotic Theory of Culture*. London: I.B. Tauris
- Lotman, J., M. (1977). Two Models of Communication. In Lucid, D., P., (Eds.), *Sovjet Semiotics: an Anthology* (pp 99-101). London: The John Hopkins University Press
- Mikkelsen, J., F. (1996). Let at læse – men svær at forstå. Receptionsorienteret analyse af tekstforståelighed. In Jørgensen, K., G. & Geist, U. (red.) *Det nye korstog. Sproganalytiske vinkler på en sagprosatext* (pp 49-73). København: Roskilde Universitetsforlag
- Morsing, M. (2006). Corporate Social Responsibility as Strategic Auto Communication. On the Role of Stakeholders for Member Identification. *Business Ethics: A European Review*, Volume 15, Number 2 April 2006, pp 130-144

Pittelkow, R. (1985). Seernes tv-avis. In Pittelkow R. (red), *Analyser af tv* (pp 65-100). København: Reitzel

Poulsen, I. (1988). *Radioavisens forståelighed*. København: Danmarks Radio Forfatter (1996)

Sørensen, A., S. (2012). Facebook – selvfremstilling, small talk og social regulering. In *MedieKultur* nr. 52 (pp 132-152)

Lotta Bergman, docent i Svenska med didaktisk inriktning, Fakulteten for Lärande og Samhälle, Malmö Universitet, lotta.bergman@mau.se

Forskningscirkeln som resurs för utveckling av bibliotekariers läsfrämjande verksamhet

Abstract

In recent decades, changes in the professional role of librarians – in terms of both content and complexity – have led to an increased need for further education. This need is particularly prominent in reading promotion for groups where reading and reading proficiency is decreasing (Sverige. Litteraturutredningen 2010). This article concerns two “research circles” where librarians reflected on and explored different possibilities for reading promotion. The purpose of this article is to understand how the research circle was used as a resource for knowledge building, and for the changes and development of the librarians’ work with reading promotion in different contexts. The overarching theoretical framework is sociocultural (Vygotskij 1978, Bakhtin, 1984; Wertsch 1998). The source of data used includes audio-recorded meetings, the reflections I wrote in proximity to the meetings and interviews with the participants. The results show how the participants became important resources for each other through the exchange of experiences and through critical reflection. The investigations challenged the participants’ flexibility and ability to cope with uncertainty and to remain open to change. The interviews indicate that there have been changes in the participants’ understanding of reading-promotion and that this kind of supplementary education has the prerequisites to achieve lasting results. The research circle work was linked to a discussion regarding the changed professional role of librarians and the challenge of linking the profession to a wider social and democracy perspective, where questions about access to language, knowledge, power and democratic influence are crucial for the development of librarians’ professional work.

Keywords: aktionsforskning, bibliotekariers arbete, kompetensutveckling, kollaboration, kritisk reflektion, läsfrämjande.

Inledning

I Sverige såväl som i andra delar av världen har bibliotekens roll och funktion genomgått stora förändringar under de senaste decennierna (Frenander & Lindberg, 2012; Hansson, 2015). Förändringarna har sin grund i den snabba utvecklingen av kommunikations- och informationsteknologin, globaliseringen och den politiska och ekonomiska utvecklingen. Det senare har lett till att folkbibliotekens verksamhet successivt blivit mer marknadsorienterad och därmed föremål för kontrollmekanismer hämtade från den privata sektorn (Audunson, 2005; Hansson, 2015; Kann-Christensen & Andersen, 2009; Michnik, 2014;). Antalet bibliotek, aktiva låntagare och utlån har minskat

medan användningen av e-medier och andra aktiviteter på biblioteken ökat (Höglund, 2012; Ranemo, 2017). Biblioteken tillhandahåller fri tillgång till information, böcker, musik, video, databaser och e-böcker samt lokaler för studier och informationssökning där bibliotekariernas roll blir att bistå, vägleda och utbilda. Verksamheten omfattar också aktiviteter som t.ex. bokprat, författarbesök, utställningar och olika former av samarbeten med förskolor och skolor. Genom alla dessa funktioner och aktiviteter ska det allmänna biblioteksväsendet, enligt *Ny Bibliotekslag* (2012), fullfölja sitt uppdrag att "verka för det demokratiska samhällets utveckling".

Bibliotekens utveckling har inneburit förändringar i bibliotekariernas yrkesroll med avseende på både innehåll och komplexitet, inte minst genom att bibliotekariernas pedagogiska funktion blivit alltmer framträdande. Eftersom de flesta bibliotekarier saknar pedagogisk utbildning (Kungliga biblioteket, 2015) är behovet av kompetensutveckling omfattande, särskilt avseende folkbibliotekens läsfrämjande verksamhet som i *Ny Bibliotekslag* (2012) har starkare fokus än tidigare. Flera insatser för kompetensutveckling av bibliotekarier har kommit till i kölvattnet av Litteraturutredningen *Läsandets kultur. Slutbetänkande* (Sverige Litteraturutredningen, 2012) och det handlingsprogram för läsfrämjande verksamhet utanför skolan som på uppdrag av regeringen tagits fram av Kulturrådet (Statens kulturråd, 2014).

I ett samarbete mellan Region Skåne och Malmö högskola erbjöds under läsåret 2015/2016 en forskningsbaserad kompetensutveckling för bibliotekarier i syfte att stärka folkbibliotekens läsfrämjande verksamhet. Kompetensutvecklingen kom att genomföras i form av forskningscirkel (Lindholm 2008; Persson 2009) där yrkesverksamma och forskare tillsammans formulerar frågor och utvecklingsområden som sedan utforskas i deltagarnas praktiska yrkesutövning. Finansiering för två forskningscirkel gav möjlighet för 14 bibliotekarier och en bibliotekschef att tillsammans med mig som handledare diskutera vad läsfrämjande är och hur läsfrämjande arbete kan bedrivas mot olika grupper kopplat till demokrati- och tillgänglighetsfrågor. Deltagarna tog del av varandras kunskaper och erfarenheter, diskuterade forskningsresultat och genomförde individuella utforskande projekt i den egna verksamheten. 10 småskaliga forskningsliknande projekten¹ publicerades i rapporten *Aktionsforskande bibliotekarier. En rapport om läsfrämjande verksamhet* (Bergman m.fl. 2016a). Dokumenterade träffar och projekt samt intervjuer som genomfördes med deltagare gav mig möjlighet att undersöka vad som skedde i processen.

Syftet är att förstå hur det kollaborativa arbetet i en forskningscirkel kan användas som resurs för kunskapsbildning och utveckling av bibliotekariers läsfrämjande verksamhet. Studien är influerad av aktionsforskning genom intresset för förändring och utveckling av en verksamhet och för den process som skapar förutsättningar för förändring (Aagaard Nilesen & Svensson, 2006; Somekh, 2006).

Teoretiska perspektiv och centrala begrepp

Studien har ett övergripande sociokulturellt perspektiv där *interaktion* ses som en fundamental förutsättning för lärande (Vygotskij, 1978). Inom sociokulturell teoribildning riktas uppmärksamheten bland annat mot hur individer och grupper använder kulturella redskap, fysiska och intellektuella, som resurser och hur samspelet mellan resurs och individ ser ut (Wertsch, 1991). Lärandet och de *kulturella redskap* vi använder är kulturellt, socialt och historiskt bestämda och kan möjliggöra eller begränsa våra handlingar (Wertsch, 1991). Det viktigaste kulturella redskapet för deltagande i sociala praktiker och för tänkande och lärande är språket (Vygotskij, 1978; Wertsch, 1991).

För att förstå interaktionen i forskningscirkeln har jag använt mig av begreppen *intersubjektivitet* (Rommetveit, 1974) och *alteritet* (Wertsch, 1998), vilka båda är framträdande i all mänsklig kommunikation. Begreppen står för två krafter, dynamiskt integrerade men svåra att balansera. Intersubjektiviteten är viktig för gemenskapen och handlar om samförståndet och känslan av att dela en social verklighet. Alteriteten är förbunden med språkets dialogiska funktion, grundläggande för allt meningsskapande, och representerar de olika perspektiv och potentiella konflikter som alltid uppstår i spänningen mellan olika röster (Bakhtin, 1984). *Flerstämmigheten* (Bakhtin, 1984), där skilda perspektiv och uppfattningar får utrymme, ses som något positivt och kan användas som *tankeredskap* (Lotman, 1990) för att utveckla ny kunskap och förståelse. I dessa teorier och begrepp finns

flera paralleller till forskning om kritisk reflektion och dess betydelse för förändring och utveckling i professionell verksamhet (Svensson 2007; Fricke 2013).

När det gäller den kritiska reflektionens betydelse hämtar jag inspiration och begrepp från Mezirows teori om transformativt lärande (Mezirow & Associates 2000; Mezirow 1991). Genom den kritiska aktiviteten kan vi bli medvetna om och ifrågasätta de antaganden som styr vårt tänkande, våra känslor och vårt handlande och därigenom göra dem mer öppna för förändring. Mezirow (1991) skiljer mellan tre olika former av reflektion; reflektion över innehåll (*content*), processer (*processes*) och antaganden/förgivettaganden (*premises*). Reflektion över innehåll innebär att vi reflekterar över *vad* vi vet t.ex. när vi beskriver ett problem, medan reflektioner över processer avser *hur* vi går till väga, t.ex. de metoder vi använder för att lösa problem. När objektet för reflektionen är ett antagande eller förgivettagande nås en annan nivå av abstraktion. En sådan nivå av reflektion innebär ett ifrågasättande av de antaganden som vårt vetande bygger på och har därmed en potential att förändra en etablerad referensram, reflektionen blir kritisk (Mezirow, 1991, s. 186). Den kritiska reflektionen kan riktas mot såväl våra egna, *självreflektion*, som andras antaganden och sätt att tänka och handla. I den kritiska självreflektionen finns potentialer för transformativt lärande: "Significant personal and social transformation may result from this kind of reflektion" (Mezirow, 1991, s. 186).

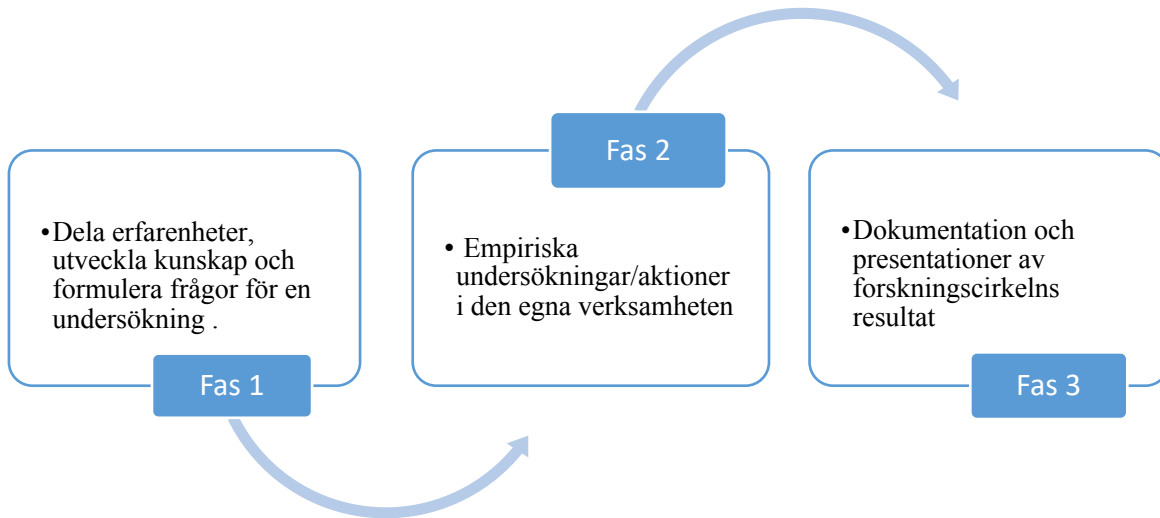
Den kritiska reflektionens sätts ofta igång av något som skapar missnöje eller som provocerar, *a disorienting dilemma*, vilket enligt Mezirow (1998) skapar förutsättningar för en omformulering av en tidigare förståelse av ett fenomen eller en upplevelse. Den kritiska reflektionen ses som en nödvändig men inte tillräcklig förutsättning för förändring (se t.ex. Taylor 2007, Mälkki & Lindblom-Ylänne 2012). Mälkki (2011) menar att Mezirows syn på reflektion som en i huvudsak rationell och kognitiv process behöver kompletteras med sociala och emotionella dimensioner. Det kan t.ex. finnas sociala och känslomässiga orsaker till kritiska och självkritiska aktiviteter. Sådana orsaker kan också utgöra hinder för kritisk reflektion och manifesteras sig som motstånd mot att ifrågasätta sitt eget och den egna gruppens sätt att tänka, känna och handla. Motstånd behövs, enligt Mälkki (2011, s. 35), för att vi ska behålla en koherent världsbild och känslor av trygghet och acceptans i en grupp men kan också ge upphov till ambivalenser. Den oenighet och frustration som kan uppstå när vi tillsammans brottas med svårigheter ses som betydelsefull för att få syn på de tysta förutsättningar som styr våra handlingar (Lycke & Handal 2012) och för att nå djupare insikter (Somekh, 2006). Därmed kan svårigheterna bli till drivkrafter för förändring (Engeström & Sannino 2009:4, 7).

Jag använder begreppet *kollaboration* (Bruce, Flynn & Stagg-Peterson, 2011; Capobianco, 2007; Somekh, 2006) för det samarbete, på så jämlik bas som möjligt, som jag och deltagarna eftersträvat. Begreppet har i sin engelska ursprungsbetydelse, 'co-labouring', en stark koppling till ömsesidighet och till deltagarnas engagemang för att över tid bygga upp en delad repertoar av berättelser, begrepp och sätt att tänka och för att tillsammans lösa gemensamma problem (Somekh, 2006). I den demokratiska dialogen där utrymme ges för allas röster finns förutsättningar för den *kollaborativa kritiska reflektionen*, som ses som kärnan i aktionsforskning (Fricke, 2013). Kritiska reflektioner kollegor emellan, där invanda föreställningar och antaganden kan utmanas, är ett värdefullt redskap för att skapa förutsättningar för förändringar som kan leda till verksamhetsutveckling (Handal 1999; Lycke & Handal, 2012). Jag ser det kollaborativa arbetet som en meningsskapande aktivitet där också maktaspekter och sociala förhållanden som påverkar vårt sätt att tänka och handla kan synliggöras. Därmed kan det kollaborativa arbetet leda till en omformulering av de tankemönster vi använder för att förstå oss själva och världen.

Undersökningens design och metod

Undersökningen har genomförts i nära relation till arbetet i två forskningscirkel med inriktning mot att utveckla folkbibliotekens läsförmedlande arbete. En forskningscirkel är en metod och en mötesplats för kunskapsbildning och professionell utveckling och därigenom också ett redskap för förändring och utveckling av en verksamhet (Lindholm, 2008; Persson, 2009). Studieobjektet är deltagarnas egen praktik. Arbetssättet är nära besläktat med aktionsforskning, i synnerhet den interaktiva formen där demokratisk dialog i en kritisk och reflekterande gemenskap eftersträvas (Svensson, 2007; Fricke, 2013). I en forskningscirkel får deltagarna möjligheter att

systematiskt reflektera över en specifik fråga eller ett problem i sin professionella verksamhet och att utforska denna verksamhet i dialog med andra deltagare. Processen kan delas in i tre faser, enligt figuren nedan, vilka har en tendens att överlappa varandra.



Figur 1. De tre faserna i en forskningscirkel

I den första fasen delar deltagarna kunskaper och erfarenheter, diskuterar problem och formulerar frågor. Designen av de empiriska undersökningarna sker gemensamt i gruppen för att sedan genomföras och dokumenteras som individuella projekt i deltagarnas verksamheter. Den sista fasen ägnas åt diskussion av, reflektion över och presentation av projektens resultat. Att läsa och diskutera forskningslitteratur, använda teorier och begrepp för analys och reflektera över relationen mellan teori och praktik är viktiga delar i processen. Det ömsesidiga utbytet av erfarenheter, kunskaper och idéer tillsammans med resultatet av projekten blir en bas för utveckling av deltagarnas professionella verksamheter.

Min roll som handledare var att ge utrymme för deltagarna att på så lika villkor som möjligt ta del av varandras erfarenheter och kunskaper i ett öppet och tillitsfullt samtalsklimat. I ett sådant samtalsklimat ska det kännas tryggt att både ge och ta kritik och utmaningar från olika perspektiv ska ses som en tillgång (Bergman, 2014; 2016b). I syfte att fördjupa diskussionen om gruppens betydelse introducerade jag begreppet *kritiska vänner* (Handal, 1999). Begreppet är ett användbart tankeredskap (Lotman, 1990) i ett förändrings- och utvecklingsarbete där människor ska ta del av varandras arbete och sätt att tänka och handla, vilket ibland kan vara känsligt. Ett redskap för reflektion och självreflektion byggdes in i forskningscirkelns arbete genom arbetet med en reflekterande loggbok. Deltagarna uppmanades att ifrågasätta, se begränsningar och alternativa lösningar, istället för att reproducera kunskap. Det reflektiva skrivandet tillsammans med den kritiska läsningen av texter med potential att utmana samt de frågor som dök upp i anslutning till planering och genomförande av projekten, blev redskap för perspektivbyten och kritiska reflektioner i mötet med andras kunskaper, erfarenheter och sätt att tänka och agera. De reflekterande loggböckerna ingår, enligt överenskommelse med deltagarna, inte i underlaget för min undersökning men användes återkommande som stöd för gruppernas diskussioner och som stöd för planering och genomförande av deltagarnas projekt. Spår av det reflekterande skrivandet finns också i deltagarnas bidrag till antologin, där deltagarna uppmanades att dela med sig av de tankar och känslor som uppstod i arbetet med projekten.

I processen bidrog jag med teoretiska perspektiv, forskningslitteratur och redskap för analys. Min roll var också att ställa frågor som uppmanade till diskussion och kritisk reflektion. Att leda arbetet i cirkeln och stödja deltagarna i deras forskningsprojekt sattes i förgrunden under hela processen men deltagarna var samtidigt

informanter i mitt forskningsprojekt. Den dubbla rollen som forskare och handledare har krävt kontinuerlig reflektion och självreflektion. Ett reflekterande förhållningssätt är ett viktigt inslag i och en del av tolkningsarbetet i etnografisk forskning och innebär att forskaren undersöker premisserna för sina aktiviteter och sin roll i forskningsprocessen (Alvesson & Sköldberg, 2009). Som redskap för detta använde jag en reflekterande loggbok där jag i anslutning till möten, intervjuer och transkriberingen av inspelat materialet kontinuerligt reflekterade över mina egna val, min maktposition, mina iakttagelser och mitt sätt att tänka kring och förstå olika företeelser. Vidare reflekterade jag över hur jag genom min personliga och intellektuella närvaro och min interaktion med deltagarna påverkade dem och den sociala praktik jag undersökte (Cohen, Manion & Morrison, 2007). *Närhet* till deltagarna och deras perspektiv var nödvändigt för att stödja samtalsklimatet i grupperna. Den reflekterande loggboken, teorier och begrepp användes för att skapa *kritisk distans* i analysprocessen.

Underlaget för studien består av audioinspelade träffar och sju kvalitativa semistrukturerade intervjuer (Alvesson, 2011; Kvale, 2009), vilka genomfördes i par, grupp eller enskilt i forskningscirkelns slutskede, samt de reflektioner jag skrev i anslutning till träffar, intervjuer och transkriberingsarbete. Huvudfokus i intervjuerna var att få inblick i deltagarnas upplevelse och värdering av forskningscirkelns arbete.

Forskningsprojektet genomfördes i enlighet med de etiska principer för humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning som utarbetats av Vetenskapsrådet (<http://codex.vr.se>) och som deltagarna fick både skriftlig och muntlig information om. Samtliga deltagare gav sitt samtycke till att inspelade möten och intervjuer skulle få ingå i underlaget för min studie. Citerade utsagor från träffar och intervjuer är inte kopplade till individuella deltagare. Istället anges enbart vilken träff och vilken grupp som avses, t.ex. Träff 2, gr 1. Vid flera utsagor i dialog används bokstäver istället för namn för att läsaren ska kunna följa replikskiften.

Materialet har transkriberats för att utgöra underlag för analys i en process av upprepade läsningar. Syftet i ett första analyskede var att finna mönster i materialet för att så småningom konstruera teman som kunde bidra till förståelsen av forskningscirkelns arbete och dess potentialer. Allteftersom jag fick en allt bättre förståelse för materialet som helhet kunde också separata delar förstås på ett annat sätt vilket i sin tur kastade nytt ljus över helheten. I denna hermeneutiska process har tolkningen av materialet utvecklats genom *abduktion*, en kontinuerlig växling mellan empiriska data och teori, där teorier använts för att få syn på och förstå olika innebörder i materialet (Alvesson & Sköldberg, 2009).

Resultat

I resultatdelen analyserar jag de processer där deltagarna delar erfarenheter av det vardagliga arbetet och diskuterar frågor relaterade till arbetets villkor med stöd av varandra och forskningslitteratur. Störst utrymme ägnas åt den första fasen av processen där viktiga förutsättningar skapas för det fortsatta kollaborativa arbetet medan arbetet med de olika projekten får mindre utrymme. Det första avsnittet har fokus på de första träffarna där grunden läggs för gruppernas kollaborativa arbete genom utvecklandet av en reflekterande praktik. I de följande avsnitten fördjupas analysen av de resurser forskningscirkeln erbjuder genom interaktion och kritisk reflektion. Avsnitt tre bygger på intervjumaterialet och rör hur deltagarna ser på forskningscirkeln som resurs för kompetens- och verksamhetsutveckling. Avslutningsvis diskuteras studiens resultat.

Formandet av en reflekterande praktik

I den första fasen informerades deltagarna om forskningscirkeln som form för kompetensutveckling och vad som förväntades av dem som deltagare. Jag introducerade också loggboksskrivandet som metod för att samla tankar, känslor, reflektioner och idéer. Deltagarna fick möjlighet att berätta om sin egen verksamhet och de problem och möjligheter de upplevde i det läsförmedlande uppdraget. Behovet av att dela sådana erfarenheter med andra var framträdande.

Samtalsämnenena i de första träffarna handlar i stor utsträckning om de stora förändringar som skett i yrket, hur komplext bibliotekariens arbete är men också om yttre faktorer som styr verksamheten. Graden av igenkänning

i samtal och berättelser är hög när samtalet gäller frågor om bemötande, att ge boktips, brist på tid för läsning och prioriteringar som måste göras. Reflektionerna handlar i första hand om innehållet i arbetet och om hur arbetet genomförs, alltså *vad* och *hur*, men deltagarna lyfter också maktförhållanden som påverkar deras arbete. Ett exempel är den redovisning av verksamheten i kvantiteter som lokala politiker kräver och som ifrågasätts av bibliotekarierna:

”Ja alla dessa nyckeltal, vad ska man ha det till?” (Träff 2, gr 2).

”Det blir så mycket fokus på hur många besökare vi haft, hur många böcker vi lånat ut.” (Träff 3, gr 1).

”Där sitter vi och klämmer in alla olika saker i kategorier men ett språkkafé som kulturellt integrerade verksamhet hur kan det mätas?” (Träff 3, gr 2).

Deltagarna är kritiska till att politiker har makten att styra deras arbete, inte minst genom krav på redovisning i kvantitativa mått, det som går lätt att mäta, och vill att politikernas uppmärksamhet istället ska riktas mot kvaliteterna i det arbete som bibliotekarierna gör. Också här stannar reflektionerna vid att beskriva ett problem. Ett återkommande samtalsämne rör hur biblioteken kan nå de svagaste läsarna. Ämnet dyker upp i Träff 2 i anslutning till samtal om *Läsandets kultur* (Sverige. Litteraturutredningen, 2012) som visar att Sveriges befolkning har relativt stabila läsvanor på en hög nivå men att det också finns ”orosmoln”. Det gäller läsfärdigheten hos unga och skillnader i läsvanor mellan olika socioekonomiska grupper. Den fråga som blir föremål för den kollaborativa reflektionen är hur bibliotekens läsfrämjande arbete ser ut i förhållande till de grupper som lyfts fram som de svagaste läsarna. Detta visar sig vara en viktig men också känslig fråga för deltagarna. Frågan återkommer i flera träffar och påverkar så småningom de flesta deltagares val av projekt. I samtalen betonas emellertid att det samtidigt är viktigt att fortsätta satsa på de trogna biblioteksbesökarna: ”Man pratar ju ofta om hur vi ska nå dom som inte kommer men vi kan väl också göra något för dom som kommer, dom som redan är frälsta ska inte lämnas ensamma.” (Träff 2, gr 1).

Ytterligare bränsle till diskussionen om prioriterade grupper får deltagarna i rapporten *Läsandet bär demokratin. Om folkrörelsernas läsfrämjande erfarenheter och arbetsformer*. (Arbetsgruppen för ett läslyft i Sverige, 2013). Rapporten upplevs som en av de mest inspirerande inte minst för att den betonar läsfärdighetens och läsvanornas betydelse i ett demokratiperspektiv. De problem som lyfts är inte nya för deltagarna men leder till kritiska reflektioner (Mezirow, 1991) över det läsfrämjande arbetets betydelse för att minska skillnader i läsvanor och läskunnighet. Rapporten ger ett historiskt perspektiv på folkrörelsernas läsfrämjande arbete som får deltagarna att uppmärksamma skillnaden mellan dem som uppifrån ville ”bilda folket” och folkrörelsernas ståndpunkt att folkbildningen måste ske genom människorna själva (s. 21). I reflektionerna delar deltagarna känslor och tankar om att de själva tillhör den grupp som ”kommer uppifrån”, den grupp som ofta ser den skönlitterära läsningen som självklar. Här utmanas deltagarna genom att yrkesrollen och föreställningarna om självklarheten i den skönlitterära läsningens granskas och ifrågasätts. Reflektionerna blir kritiska. I intervjuerna nämns läsningen av och diskussionen om *Läsandet bär demokratin* som en ögonöppnare och något som förändrat synen på den läsfrämjande verksamheten som viktig och i grunden demokratisyftande och som kanske kräver att bibliotekarierna rör sig ut ur sin bekvämlighetszon, dvs. ut ur biblioteket. Det kanske till och med kräver att bibliotekarierna ibland tar ett steg tillbaka och överlåter det läsfrämjande arbetet till någon annan.

I de diskussioner som följer på läsningen av *Läsandet bär demokratin* (2012) väcks de svåraste frågorna, de som sätter bibliotekariens yrkesroll och biblioteket som demokratisk institution i gungning: Hur kan ett läsfrämjande arbete utformas som riktar sig till dem som inte läser eller läser lite? Är det bättre att lämna över resurser och ansvar till någon annan? Kan bibliotekarierna och biblioteket fylla en viktig funktion i detta arbete och i så fall hur? Hur kan biblioteken samverka med föreningar, arbetsplatser, arbetsgivare, läsombud, barnmorskor, fackförbund, lärare etc.? Frågorna hämtar sin näring i ambivalenser, i förhållanden som oroar deltagarna eller som de är missnöjda med, så kallade disorienting dilemmas (Mezirow, 1998). I den kritiska reflektion som följer finns en potential för att vidga och kanske omformulera en tidigare förståelse av ett fenomen, en upplevelse eller av sig själv.

Genom att ge stort utrymme för deltagarnas röster och möjlighet för både igenkänning och bekräftelse skapas viktiga förutsättningar för gruppens fortsatta arbete. I grupperna finns en beredskap för att låta sig utmanas av andras perspektiv. Erfarenhetsbaserade berättelser och den litteratur som läggs fram för diskussion medierar en social verklighet som deltagarna kan känna igen och blir viktiga resurser i den reflekterande praktiken. I intersubjektiviteten (Rommetveit, 1974) skapas en känsla av gemenskap där det arbete som deltagarna redan gör på de olika biblioteken kan bekräftas. Samtidigt bär samtalen spår av ifrågasättanden där föreställningar och förgivettaganden kan utmanas. För att skapa större förutsättningar för kritisk reflektion ger jag grupperna utrymme för reflektion över samtalsinnehåll och form. Detta sker genom att vi tillsammans reflekterar över forskningscirkelns kollaborativa arbete med utgångspunkt i begreppet *kritiska vänner* (Handal, 1999). Vidare diskuteras den kritiska reflektionens betydelse, där invanda föreställningar och antaganden kan utmanas (Mezirow, 1998; Somekh, 2006; Mälkki, 2011), som resurs i det fortsatta arbetet.

Kritisk reflektion och kunskapsutveckling i interaktion med kollegor

De texter som läses till träffarna spelar en viktig roll i det kollaborativa arbetet. Texterna väljs från gång till gång för att ligga i linje med gruppernas behov och önskemål. Samtalen om *Läsandet bär demokratin* (2012) relateras till rapporten *Synen på skönlitteratur för vuxna på svenska folkbibliotek* (Ehrenberg m.fl., 2015) som lästes till den tredje träffen då Magnus Persson, en av medförfattarna, deltar i samtalen. Rapporten lyfter fram de passionerade läsarna och bibliotekens rika utbud av aktiviteter; bokfrukostar, högläsning med bok- och filmtips, maratonläsning av lokala kändisar, författarhelger, mingel med bokprat, tilltugg och dricka etc. (s. 7). Rapporten kommenteras i båda grupperna: "Det skulle vara intressant att få veta något om dom som inte kommer till biblioteket också" (gr 1), "De som pekas ut som icke-läsare, t.ex. vuxna män. Hur når man dom? Det kanske är den knepigaste frågan." (gr 2).

Läsningen av Ehrenberg m.fl., (2015) ger upphov till flera samtalsämnen präglade av igenkänning, kritisk reflektion och självreflektion i relation till de ambivalenser, självklarheter och till den optimism och tvärsäkerhet som de intervjuade bibliotekarierna ger uttryck för i Magnus Perssons artikel "Litteraturförmedlingens villkor på svenska folkbibliotek". Känslorna inför litteraturförmedlingen visar sig vara motstridiga: "Man vill förmedla men samtidigt kan jag ibland undra varför och vad vi vill med det." (gr 2). Persons undersökning lyfter fram en rad "ömma punkter" som visar sig vara lätta att känna igen sig i: "Detta med det självklara i att läsning är bra ..., ja man börjar fundera." (gr 1). "Varför man ska läsa? Som bibliotekarie hade jag gärna velat ha ett tydligt svar på den frågan" (gr 1).

De frågor som deltagarna ställer leder till kritik av förgivettaganden om den skönlitterära läsningens självklart goda effekter. I deltagarnas samtal uttrycks samma ambivalenser som i den lästa texten kring den breda lättillgängliga litteraturen som måste finnas för att nå alla, kontra den smala som många bibliotekarierna fortfarande vill förmedla. "Det känns som om man gör fel hur man än gör. Vi tar fram den goda litteraturen och då är det fel och om vi bara ger folk vad dom vill ha då är det fel". (gr 1). Parallellt med ambivalensen finns också mer tvärsäkra ställningstaganden: "Det är lönlöst att försöka tvinga på folk nåt som är för avancerat eller smalt" (gr 1).

I grupp 2 tar diskussionen en något annan vändning då en av deltagarna framhåller att ambivalensen kring *varför* och *vad* är av godo: "Allt prat om den goda litteraturen och populärkulturen det är en diskussion som ska hållas levande eftersom det inte finns något rätt svar, det får lov att vara en ambivalens". Dialogen fortsätter i kritisk och självkritisk anda:

Men det handlar ju bara om det som vi tycker om, det som är gott [den goda litteraturen], men det som låntagarna tycker om eller det som assistenterna läser ... ja det är ömma punkter (A).

Ja, vad ska vi jobba med? (B)

Och hur? (A)

Vi köper in allt men gör ingen insats runt det vi köper. (B)

Överhuvudtaget att försöka lyfta den här diskussionen är ju känsligt. Alltså varför tycker vi detta är bra, varför köper vi detta? (A)

/.../

Jag trodde inte att det var så laddat nu. Det var ju mer när vi aldrig hade dom böcker som folk frågade efter, det var ju tråkigt på nåt sätt. (C)

Deltagarna efterlyser en levande diskussion om bokval, om varför vissa böcker köps in och andra inte eller varför vissa böcker finns på undanskymd plats. Frågorna blir självkritiska och känsliga. I den fortsatta dialogen får olika synpunkter brytas mot varandra. Å ena sidan framställs bibliotekarier som en yrkesgrupp som inte är van vid att utsättas för kritik och som inte talar i klartext om vad de står för, t.ex. i frågor om bokval, vilket leder till att bibliotekariers arbete inte blir synliggjort, "alltså synen på bibliotekarier är ju fortfarande att det är dom som lånar ut böcker". Andra deltagare menar å andra sidan att det görs så mycket mer på biblioteken numera och att de får mycket respons från de som kommer på evenemangen.

Men dom som inte kommer ... dom får ju aldrig veta hur bra vi är eller om vi gör rätt saker. (C)

Ja, gör vi rätt grejer över huvud taget? (A)

Vi är beroende av den positiva feedbacken men tittar vi någonsin kritiskt på det vi gör? (B)

Det kan ju vara så att vi inte vet vad vi gör. (A)

I diskussionerna blir ambivalensen kring yrkesrollen, målgrupper och kriterier för bokval synliga, liksom behovet av att ha en öppen kritisk diskussion i dessa frågor. Att befinna sig i ett ambivalent tillstånd och tillsammans brottas med svårigheter kan vara frustrerande men också leda till att vi får syn på de förgivettaganden som styr hur vi tänker och handlar. Ambivalensen öppnar upp för nya insikter som kan bli drivkrafter för förändring (Engeström & Sannino 2009:4, 7; Somekh, 2006).

Till träff 3 läser deltagarna också Magnus Perssons artikel "Att läsa Lolita på lärarutbildningen" (2010). I artikeln diskuteras textval i lärarutbildningen mot bakgrund av en klassrumsstudie där studenter läser Vladimir Nabokovs *Lolita*, en roman som medvetet valts för att provocera. Texten utmanar myten om "den goda litteraturen" och diskuterar litteraturundervisningens *vad*, *hur* och *varför*. Texten verkar provocerande också på deltagarna i grupperna och leder till erfarenhetsutbyte och reflektion. En av deltagarna menar att det finns en ängslighet inför bokval också i bibliotekets bokcirklar, "risken är att man väljer bort böcker som kan leda till känsliga diskussioner". Deltagarna har också erfarenheter av frågor om bokval från föräldrar och skola där det handlar om att försäkra sig om att böckerna "inte får innehålla något som kan göra att barnen far illa" (Träff 3, gr 1). Här ges exempel på böcker för olika åldersgrupper, som debatterats i medierna och sedan blivit en diskussion också på landets bibliotek t.ex. *En liten Skär och många små brokiga* (Wirsén 2006) och *Kort kjol* (Waldén 1998). I båda grupperna diskuteras lärares krav på att böcker ska vara tydliga, pedagogiska och nyttiga, "det får inte vara känsligt, inget barn får bli upprört (Träff 3, gr. 2). I denna fråga finns många synpunkter som alla pekar åt samma håll: "alla ungdomsböcker handlar ju om något slags problem", "det blir ju väldigt förljuget om alla berättelser för barn handlar om underbara familjer där alla har det bra". (Träff 3, gr 2).

I båda grupperna glider samtalet in på lärares förhållningssätt till böcker och läsning och bibliotekarierna förhåller sig öppet kritiska till lärarnas litteraturundervisning. De menar att kraven många gånger är motstridiga: "En sån bok [*Kort kjol*] borde man väl kunna jobba med pedagogiskt. Vad är det man vill ha? Man ska dels kunna diskutera men det får inte vara känsligt. Vad blir kvar?" (Träff 3, gr 1). I grupp 1 ifrågasätts instuderingsuppgifter till läsningen och skrivandet av recensioner som bibliotekarierna menar styr elevernas upplevelser. Samtidigt betonar deltagarna i båda grupperna att samarbetet med lärarna och skolan måste utvecklas, vilket också är en viktig slutsats som dras i *Läsandets kultur* (Sverige. Litteraturutredningen, 2012). "Vi behöver utveckla vårt samarbete med pedagogerna och inte bara ge tips om litteratur utan också diskutera pedagogik". Kritiken av lärares bokval och förhållningssätt till böcker och läsning stannar i ett beskrivande av upplevda problem men här finns också öppningar mot reflektion över processer när deltagarna diskuterar samarbete som en möjlig väg för att lösa problem.

Forskningscirkeln som resurs i arbetet med projekten

I de följande träffarna fortsätter deltagarna att använda sig av sina erfarenheter, den litteratur vi läser till varje gång och de framväxande små-skaliga projekten i en fortsatt dialog om den läsfrämjande verksamheten, dess objekt och betydelse i ett samhällsperspektiv. I fas två och tre genomför och dokumenterar deltagarna sina projekt och behovet av stöd för skrivandet av texter till rapporten är stort. Det gemsama arbetet med textrespons tar allt större utrymme vid träffarna, vilket gör att utrymmet för gemensam läsning minskar.

I de frågor som formuleras i träff 2 och 3 finns embryon till de projekt som senare kom att genomföras inom ramen för forskningscirkeln. I slutet av träff 3 presenterar deltagarna sina första idéer och flera projekt riktar sig till de prioriterade grupper som lyfts fram i *Läsandets kultur* (2012). Det gäller till exempel ungdomars läsning, bokcirkel om science fiction och fantasy i syfte att locka fler män och unga till biblioteket, läsning för nyanlända på biblioteket och inom ramen för SFI-undervisning. Andra projekt kom att handla om bemötande och spontana boksamtal, hur biblioteket kan agera läsfrämjande i rummet och om läsfrämjande för vuxna och barn tillsammans. Slutligen finns ett projekt där den deltagande bibliotekschefen skapar en egen forskningscirkel för sin personal i syfte att söka nya möjligheter i det läsfrämjande arbetet.

I båda grupperna finnas en enighet om att bibliotekariers arbete behöver bli mer utåtriktat, mot skolor, bostadsområden och arbetsplatser, men också om att det vardagliga arbetet och mötet med dem som av olika skäl söker sig eller hänvisas till biblioteket behöver uppmärksammas och utvecklas. På folkbiblioteken liksom i skolan påverkas verksamheten på ett påtagligt sätt av samhällsliga förändringar, förändringar som ibland sker snabbt och är omfattande. Ett exempel är de senaste årens flyktingströmmar som lett till ett intensivt arbete med språkcaféer och andra aktiviteter för nyanlända på många bibliotek. På biblioteken skapas en mötesplats och ett sammanhang där nyanlända kan ta sina första steg mot ett nytt språk och en ny gemenskap. Situationen kräver flexibilitet, kreativitet, samverkan och handlingsberedskap för förändring hos bibliotekens personal. Två av projekten kom handla om läsfrämjande arbete för nyanlända vuxna.

Att tvingas tänka om i arbetet med projekten är mer regel än undantag, vilket leder till att deltagarna med stöd av gruppen prövar sig fram från aktion till aktion. Projekten utvecklas i möten mellan olika röster som bryts mot varandra (Bakhtin, 1984; Wertsch, 1998) och i växelverkan mellan individuellt och kollaborativt arbete. Det kollaborativa arbetet (Bruce, Flynn & Stagg Peterson, 2011; Capobianco, 2007) innebär att deltagarna aktivt interagerar för att dra nytta av varandras kunskaper och erfarenheter. Detta visar sig i deltagarnas beredskap att agera som kritiska vänner (Handal, 2009) genom att lyfta fram andra perspektiv, uppmuntra, ge råd och kritiskt granska varandras texter. På så sätt växer projekten fram med forskningscirkeln som resurs.

Deltagarnas röster om processen och dess potentialer för förändring och utveckling

I intervjuerna ställer jag öppna frågor om deltagarnas upplevelser av forskningscirkelns arbete. Alla deltagare lyfter fram det kollegiala erfarenhetsutbytet och stödet i form av samtal och reflektion: "Man tänker ju hela tiden men det finns inget sammanhang att reflektera i eller fördjupa diskussionen i, här får man både verktygen och tiden". Genom samtalen har de blivit delaktiga i varandras processer, inspirerat varandra och fått idéer de själva vill testa. Den gemensamma reflektionen över de texter som lästes till träffarna är en av flera delar som lyfts fram som givande och som något de annars inte har tid med. "Jag har fått insikter och varenda sak jag läser kan jag applicera på det jag gör och det är jättehäftigt, det hade jag inte gjort annars." De praktiska texterna upplevdes som relevanta eftersom de var lätta att känna igen sig i samtidigt som de var forskningsbaserade. Deltagarna uttrycker att de hade velat ha mer tid för textsamtal.

Varje tillfälle har gett oerhört mycket, det har varit en resa, men jag hade velat ha mer tid för att diskutera. Just det här att man har diskuterat mer än vad man gör till vardags. Vi har ju reflekterat kring allting och det har gjort att man faktiskt förändrats.

Enligt deltagarna har gruppen och det öppna klimatet betytt mycket också i planering och genomförande av projekten. "Vi fick stöd i att våga gå utanför ramarna, till andra grupper som är en större utmaning". Gruppen

har inspirerat och ställt frågor som lett arbetet med projekten framåt: "Hade vi inte haft den här gruppdiskussionen så hade vårt upplägg sett annorlunda ut". Projektdelen ses också som en viktig del i arbetet.

Aktionerna är jätteviktiga, det var ju där själva utmaningen låg, i alla fall för mig, att utmana sig själv, att hitta nya arbetsformer och att testa något nytt. Det går att komma till en insikt utifrån texter och diskussioner men för min del hade det varit omöjligt att utvecklas så mycket utan actionerna.

Emellertid upplever några att projektdelen fått ta för mycket tid, i synnerhet i slutet då texterna till rapporten skulle skrivas. I en av gruppintervjuerna uttrycker deltagarna att tiden varit för knapp och att de hellre prioriterat samtalen utifrån lästa texter och teori, trots att projekten var givande. Gruppen uttrycker frustration över att inte hinna med och kunna göra någon av delarna så bra som de önskat. Projekten "ger en möjlighet att utforska något specifik och iaktta effekten av det man gör /.../ men då ska det finnas tid att förankra det och genomföra det ordentligt". För den här gruppen, liksom för några andra deltagare, fanns inget stöd från arbetsplatsen i form av tid för att delta i forskningscirkeln, vilket naturligtvis gör skillnad i synnerhet då tiden för forskningscirkeln som helhet komprimerats från tre till två terminer. Flera deltagare framför kritik mot att de två presentationerna, en muntlig under en heldag och det skriftliga bidraget till antologin, tagit mycket tid i anspråk, vilket lett till att utrymmet för reflektion minskat i slutskedet. Att arbetsbördan varit tung bekräftas i flera intervjuer och ett par deltagare upplever också att skrivandet mot slutet blivit alltför prestationsfyllt. Samtidigt finns det en stolthet inför publiceringen, "att det blir en antologi gör nånting med ens självbild".

En av de frågor jag ställer gäller om synen på läsfrämjande förändrats genom arbetet i forskningscirkeln. Några av svaren är att begreppet har vidgats: "det kan vara så mycket" och att man inser "vidden och vikten av det". En av deltagarna menar att hon genom de texter vi läst fått upp ögonen för innebörden i att biblioteken i grunden är en demokratisyfande verksamhet, "inte bara förströelse utan mycket mer". För andra har det inte skett några förändringar i synen på vad läsfrämjande är men cirkeln ha lett till fler kritiska reflektioner över det läsfrämjande arbetet. "Jag har inte förändrat min bild av vad läsfrämjande är men jag tycker det är viktigt att det blir en levande diskussion på alla bibliotek" säger en av deltagarna i en parintervju. Tillsammans ger de exempel på frågor som inte är så lätta att besvara men som behöver ställas: Varför ska människor läsa mer egentligen?, Varför har vi ett bibliotek? Varför ska vi bokbubbla på onsdagar och vad vill vi med det?

För att skapa förutsättningar för förändring och utveckling i ett mer långsiktigt perspektiv ska en forskningscirkel idealt ge deltagarna tillgång till en demokratisk dialog i en kritisk reflekterande gemenskap där teori och praktik kan befrukta varandra, vilket kräver tid och kontinuitet (Se t.ex. Persson 2007; Svensson 2007, Fricke 2013). Om resultatet blir mer bestående återstår att se men deltagarnas utsagor vittnar om att de tror att det kommer att bli så. De lyfter bland annat fram att regelbundenheten och kombinationen av teori och praktik gjorde att det som diskuterades "blev mer förankrat inom mig". Samma deltagare berättar hur hon och kollegorna gärna kastar sig in i saker väldigt snabbt och "bara gör och gör utan att tänka först" men att hon nu vågar stanna upp, ifrågasätta mer. Hon hoppas att det ska stanna kvar och att de ska kunna bygga vidare. I en annan grupp poängteras actionernas betydelse: "Mycket kan hända i en cirkel där man bara läser och diskuterar men ska det ge något bestående behöver man omsätta idéer i praktiken."

Diskussion

Om arbetet i en forskningscirkel ska upplevas som värdefullt behöver initiativen komma från deltagarna själva och arbetet utgå från problem som de upplever i sin vardag. I forskningscirkeln arbete användes deltagarnas kunskaper och erfarenheter som resurser, vilket gav dem en nyckelroll i processen, vilket enligt Somekh (2006) är en viktig förutsättning för varaktig förändring och utveckling av en verksamhet. Att deltagarna kom till forskningscirkeln med en vilja till förändring, som grundade sig i upplevda dilemman (Mezirow) i den läsfrämjande verksamheten, gjorde att de hade en beredskap för att låta sig utmanas av nya perspektiv och tillsammans försöka lösa gemensamma problem. Denna beredskap gav också goda förutsättningar för den kritiska reflektionen.

Det kollaborativa arbetet värderas högt av deltagarna och anses av flera vara mer värdefullt än genomförandet av aktionerna då det gav tillgång till en mångfald av röster från kollegor och från den litteratur som lästes. Dialogen och den reflekterande praktik som formades var rik på idéer och perspektiv som kunde blir redskap för kollaborativa reflektioner och stöd för utveckling av ny kunskap och förståelse. Reflektionerna rörde ofta innehållet i bibliotekariers arbete; strategier för att lösa problem, förhållningssätt till arbetsuppgifter och hur prioriteringar kan göras. Dessa reflektioner handlar om det som är men har också ifrågasättande inslag som t.ex. i diskussioner om politikerstyrningen av bibliotekens verksamhet eller lärares snäva syn på vilka böcker som är lämpliga för deras elever. Dessa reflektioner blev aldrig kritiska i den meningen att de ledde till att problemet omdefinierades eller att det skedde en grundläggande förändring i deltagarnas antaganden eller agerande, så som det kan bli synligt i mitt material. Jag menar att de ändå hade stor betydelse i gruppernas interaktion genom att de synliggjorde gemensamma problem som kunde belysas utifrån flera olika perspektiv. Interaktionen kring dessa frågor gav möjlighet till erfarenhetsutbyte, igenkänning och bekräftelse, vilket fungerade stärkande för känslan av delaktighet och samhörighet i grupperna, samtidigt som den gav tillgång till en spänning mellan olika röster (Bakhtin, 1984) som jag menar kan leda till en fördjupad förståelse och nya kunskaper.

I det analyserade materialet finns emellertid flera sekvenser där reflektionen, enligt Mezirows definition, blir kritisk och därmed bär på en potential att förändra antaganden och sätt att tänka och handla. Det sker t.ex. när deltagarna i anslutning till läsningen av *Läsandet bär demokratin* (2012) reflekterar över innebörden i bibliotekens demokratisyftande arbete, "vidden och vikten" av det, vilket leder till att de i sina projekt utforskar nya former för att mer medvetet rikta verksamheten mot grupper vars intresse för läsning är lågt, grupper som inte besöker biblioteket eller grupper som har ett särskilt behov av att få tillgång till läsning, språk och gemenskap. Den kritiska reflektionen blir också uttalad i kritiken av förgivetta antaganden om det självklart goda i den skönlitterära läsningen och ambivalensen kring bibliotekens utbud och strävan att ge alla vad de vill ha eller att våga stå för ett snävare utbud.

I min roll som handledare var närheten till deltagarna avgörande för att möjliggöra ett öppet och tillitsfullt samtalsklimat. Enligt Svensson (2007) krävs närheten för att kunna stödja förändring och utveckling, samtidigt som handledaren måste kunna utmana och provocera för att leda arbetet framåt. Jag menar, i linje med Svensson (a.a.), att det inte behöver finnas någon konflikt mellan närhet och distans i detta avseende. Istället skapade närheten förutsättningar för att deltagarna, när så krävdes, dels skulle acceptera att jag ibland provocerade dem, dels själva våga tillämpa ett mer distanserat kritiskt förhållningssätt.

I utbytet av kunskaper och erfarenheter och i dialog om texter och projekt utgjorde deltagarna viktiga resurser för varandra. Deltagarna kom att se på ambivalenser och konflikter på ett mer nyanserat sätt, som något som kan hålla liv i en nödvändig debatt och som kan få vara stående inslag i det vardagliga arbetet. Det provocerande och störande kan utgöra viktiga drivkrafter för förändring av vårt sätt att tänka och därmed också drivkrafter för verksamhetsutveckling (Mezirow 1998; Engeström & Sannino 2010).

Relationen mellan reflektion och handling är komplicerad och förändringar i sätt att tänka leder inte alltid till förändringar i det praktiska arbetet (Taylor 2007; Mälkki & Lindholm-Ylänne, 2012). Ett förändringsarbete kräver handlingar i form av ett prövande av nya sätt att arbeta som i sin tur kan bli föremål för analys och fortsatt reflektion. Deltagarnas småskaliga projekt blev ett viktigt led i processen och upplevdes så av samtliga deltagare även om tiden var knapp. I projekten prövades deltagarnas flexibilitet och förmåga att tänka om, likväl som förmågan att stå ut med osäkerheten i att det inte finns några självklara svar eller i att hela tiden hålla öppet för förändring genom att låta den ena aktionen ligga till grund för planeringen av nästa, istället för att ha allt planerat från början till slut. Arbetet med de småskaliga projekten är en viktig del i forskningscirkelns arbete men bland deltagarna fanns också röster som hellre hade använt tiden till mer läsning, teori och kollektiv reflektion.

För att skapa förutsättningar för förändring och utveckling i ett mer långsiktigt perspektiv ska en forskningscirkel idealt ge deltagarna tillgång till en demokratisk dialog i en kritisk reflekterande gemenskap där teori och praktik kan befrukta varandra (se t.ex. Persson, 2007; Svensson, 2007, Fricke, 2013). Detta är förutsättningar som

deltagarna menar att de fått tillgång till i forskningscirkelns arbete. De framhåller också att det skett förändringar i deras sätt att tänka om och förstå det läsfrämjande arbetet och att de tror att arbetet kommer att ge bestående resultat. Forskningscirkelns arbete relaterades konsekvent till en övergripande diskussion om bibliotekariernas förändrade yrkesroll och den utmaning som ligger i att yrket kopplas till ett vidare samhälls- och demokratiperspektiv, där frågor om tillgång till språk, kunskap, makt och demokratiskt inflytande blir avgörande för hur verksamheten ska utvecklas. Resultatet av studien visar att deltagarnas arbete i forskningscirkeln, med det starka deltagarperspektivet och den reflekterande praktik som utvecklades, kan vara en viktig resurs i en sådan förändring- och utvecklingsprocess.

Tack

Slutligen vill jag rikta ett tack till Region Skåne vars ekonomiska stöd gjort det möjligt för mig att färdigställa denna artikel.

Referenser

Aagaard Nielsen, Kurt & Svensson, Lennart (Red.) (2006). Action and Interactive Research: Beyond Practice and Theory. Maastricht: Shaker Publishing.

Alvesson, Mats & Sköldberg, Kaj (2009). Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research (2nd ed.). London: SAGE Publications.

Alvesson, Mats (2011). Interpreting Interviews. London: SAGE Publications.

Arbetsgruppen för ett läsluft i Sverige (2013). Läsandet bär demokratin. Om folkrörelsernas läsfrämjande erfarenheter och arbetsformer.

Argyris, Cris (1993). Knowledge for Action: A Guide to Overcoming Barriers to Organizational Change. San Francisco: Jossey-Bass.

Audunson, Ragnar (2005). The public library as a meeting-place in a multicultural and digital context. The necessity of low-intensive meeting-places. *Journal of Documentation*, 61 (3), 429-441.

Bakhtin, Michail Michajlovic (1984). Problems of Dostoevsky's Poetics. Translated and edited by C.Emerson. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Bergman, Lotta (2014). The Research Circle as a Resource in Challenging Academics' Perceptions of How to Support Students' Literacy Development in Higher Education. *Canadian Journal of Action Research*, 15(2), 3-20.

Bergman, Lotta (Red.) (2016a). Aktionsforskande bibliotekarier. En rapport om läsfrämjande verksamhet. Malmö: Region Skåne. https://utveckling.skane.se/siteassets/publikationer_dokument/forskningscirkclar_lr.pdf

Bergman, Lotta (2016b) Supporting Academic Literacies. *University Teachers in Collaboration for Change. Teaching in Higher Education*. 21(5), 516-531.

Bruce, Catherine, Flynn, Tara & Stagg-Peterson, Shelley (2011). Examining what we mean by collaboration in collaborative action research: A cross case analysis. *Educational Action Research*, 19(4), 433-452. doi:10.1080/09650792.2011.625667.

Capobianco, Brenda M. (2007). Science teachers' attempts at integrating feminist pedagogy through collaborative action research. *Journal of Research in Science Teaching*, 44 (1), 1-32. doi:10.1002/tea.20120.

Cohen, Louis, Manion, Lawrence & Morrison, Keith (2007). *Research methods in education* (6th ed.). London: Routledge.

Ehrenberg, Maria m.fl. (2015). *Synen på skönlitteratur för vuxna på svenska folkbibliotek: en rapport*. Halmstad: Region Halland.

Engeström Yrjö, Sannino Annalisa (2010). *Studies of expansive learning. Foundations, findings and future challenges*. *Educational Research Review*, 5(1), 1-24.

Frenander, Anders & Lindberg, Jenny (Red.) (2012). *Styra eller stödja?: svensk folkbibliotekspolitik under hundra år*. Borås: Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap/Bibliotekshögskolan, Högskolan i Borås.

Fricke, Werner (2013). *A realistic view of the participatory utopia. Reflections on participation*. *International Journal of Action Research*, 9(12), 168-191.

Handal, Gunnar (1999). *Kritiske venner: Bruk av interkollegial kritik innen universiteten*. NyIng. Rapport nr. 9. Linköping: Linköping University.

Hansson, Joacim (2015). *Documentality and legitimacy in future libraries. An analytical framework for initiated speculation*. *New Library World*, 116(1/2), 4-14.

Höglund, Lars (2012). *Svenskarna och folkbiblioteken på 2000-talet*. I Frenander, Anders & Lindberg, Jenny (Red.), *Styra eller stödja?: svensk folkbibliotekspolitik under hundra år*, (pp. 271-291). Borås: Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap/Bibliotekshögskolan, Högskolan i Borås.

Kann-Christensen, Nanna & Andersen, Jack (2009). *Developing the library. Between efficiency, accountability and forms of recognition*. *Journal of Documentation*, 65(2), 208-222.

Kvale, Steinar (2009). *Interviews. Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. Los Angeles: SAGE Publications.

Kungliga biblioteket (2015). *Bortom förlägenheten: bibliotekariens pedagogiska roll i utveckling*. Stockholm: Kungl. biblioteket.

Langer, Judith (2005). *Litterära föreställningsvärldar. Litteraturundervisning och litterär förståelse*. Göteborg: Daidalos.

Lindholm, Yvonne (2008). *Mötesplats skolutveckling: Om hur samverkan med forskare kan bidra till att utveckla pedagogers kompetens att bedriva utvecklingsarbete*. Stockholm: Stockholm University.

Lycke, Hofgaard, Kirsten & Handal Gunnar (2012). *Refleksjon over egen undervisningspraksis – et ledd i kvalitetsutvikling? I T. L. Hoel, B. Hanssen, D Husebø (Red.). Utdanningskvalitet og undervisningskvalitet under press? Spenninger i høgere utdanning*, (pp. 157-183). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.

Lotman, Jurij M. (1990). *Universe of the mind. A semiotic theory of culture*. Bloomington: Indiana University Press.

Läsa för livet: regeringens proposition 2013/14:3. (2013). Stockholm: Riksdagens tryckeriexpedition [distributör].

Tillgänglig på Internet: <http://www.regeringen.se/sb/d/16860/a/224959>

- Mezirow, Jack (1991). *Transformative Dimensions of Adult Learning*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Mezirow, Jack (1998). On critical reflection. *Adult Education Quarterly*, 48(3), 185-198.
doi:10.1177/074171369804800305
- Mezirow, Jack, and Associates (2000). *Learning as Transformation: Critical Perspectives on a Theory in Progress*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Michnik, Katarina (2014) What threatens public libraries? The viewpoints of library directors in Sweden. *New Library World*, 115(9/10), 426-437.
- Mälkki, Kaisu (2011). *Theorizing the Nature of Reflection*. Helsinki: University Print.
- Mälkki, K. & Lindholm-Ylänne S. (2012). From reflection to action? Barriers and bridges between higher education teachers' thoughts and actions. *Studies in Higher Education*, 37(1), 33-50.
- Nabokov, Vladimir Vladimirovič (2007). *Lolita*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Ny bibliotekslag. (2012). Stockholm: Kulturdepartementet, Regeringskansliet Tillgänglig på Internet: <http://www.regeringen.se/rattsdokument/departementsserien-och-promemorior/2012/05/ds-201213/>.
- Persson, Magnus (2010). Att läsa Lolita på lärarutbildningen. *Tidskrift för litteraturvetenskap*, 40(3-4), 5-15.
- Persson, Magnus (2015) Litteraturförmedlingens villkor på svenska folkbibliotek. I *Synen på skönlitteratur för vuxna på svenska folkbibliotek*. Region Halland/Kultur Halland.
- Persson, Sven 2009. *Research circles – a guide*. Malmö: Centre for Diversity in Education, Malmö.
- Ranemo, Cecilia (2017). *Bibliotek 2016 : Offentligt finansierade bibliotek [Elektronisk resurs]*. Kungl. Biblioteket. http://biblioteksstatistik.blogg.kb.se/files/2017/05/Rapport_Bibliotek2016.pdf
- Rommetveit, Ragnar (1974). *On Message Structure: A Framework for the Study of Language and Communication*. London: Wiley.
- Somekh, Bridget (2006). *Action Research: A Methodology for Change and Development*. New York: Open University Press.
- Statens kulturråd, (2014). *Handlingsprogram för läsfrämjande*. <http://www.kulturradet.se/sv/Lasframjande/>.
- Svensson, Lotta (2007). Its being close that makes it possible to accept criticism! *International Journal of Action Research*, 3(3), 278-296.
- Sverige. Litteraturutredningen (2012). *Läsandets kultur: slutbetänkande*. Stockholm: Fritze Tillgänglig på Internet: <http://www.regeringen.se/rattsdokument/statens-offentliga-utredningar/2012/09/sou-201265/>
- Taylor, Edward W. 2007. An Update of Transformative Learning Theory: A Critical Review of the Empirical Research (1999-2005). *International Journal of Lifelong Education* 26(2), 173-191.
doi:10.1080/02601370701219475.
- Wahldén, Christina (1998). *Kort kjol*. Stockholm: Tiden
- Vetenskapsrådet. (2018, januari, 18). *CODEX – regler och riktlinjer för forskning*. <http://codex.vr.se/>.

Wolf, Lars (1997). Till dig en blå tussilago: att läsa och skriva lyrik i skolan. Lund: Studentlitteratur

Vygotsky, Lev S. (1978). Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes. Cambridge: Harvard University Press.

Wertsch, James (1991). Voices of the Mind: A Sociocultural Approach to Mediated Action. Cambridge: Harvard University Press.

Wertsch, James (1998). Mind as Action. New York, Oxford: Oxford University Press.

Wirsén, Carin (2006). En liten skär och många små brokiga. Stockholm: Bonnier Carlsen.

ⁱ De projekt som genomfördes i forskningscirkeln är forskningsliknande då de har kvaliteter som återfinns i forskning. Vetenskaplig forskning är emellertid oftast mer omfattande, mer systematiskt genomförd och granskad i förhållande till vetenskapliga kriterier (se t.ex. Persson, 2009).

Mia Høj Mathiasson, ph.d.-studerende, Institut for Informationsstudier, Københavns Universitet.
mia.mathiasson@hum.ku.dk

Anmeldelse:

DELTAGELSE som kunst- og kulturformidling

DELTAGELSE som kunst- og kulturformidling, af Anne Scott Sørensen og Hjørdis Brandrup Kortbek, Samfundslitteratur (2018), 135 sider.

Er det virkelig deltagelse at trykke på en knap? Er det ikke blot interaktion? Disse spørgsmål affødes af mit første møde med bogen *DELTAGELSE som kunst- og kulturformidling*, da bogens forside prydes af et billede af den berømte og berygtede "kedsomhedsknap". Berømt, fordi denne knap i foråret 2018 blev landskendt som billedet på Nationalmuseets nyeste formidlingsstrategi. Berygtet, fordi meningene om den var mildest talt delte: nogle mente den var genial, andre at den var banal. Ledsaget af bogens titel, med ordet "DELTAGELSE" i store typer, provokerer billedet af "kedsomhedsknappen" således allerede fra først ansats til en refleksion omkring kvaliteten af kunst- og kulturformidling, samt – ikke mindst – hvilken rolle *deltagelse* spiller heri.

Det er da også bogens hensigt; at stille spørgsmål til deltagelse som formidlingsform. Forfatterne bag bogen er de to kulturforskere Anne Scott Sørensen, professor i kulturstudier ved Institut for Kulturvidenskaber på Syddansk Universitet og Hjørdis Brandrup Kortbek, ph.d. og konsulent i Ledelsessekretariatet, By- og Kulturforvaltningen, Odense Kommune. Bogen udspringer af det fireårige forskningsprojekt "Mod et nyt kulturbegreb og nye former for kulturformidling", forkortet *KULT*, der fandt sted mellem 2014 og 2018. Spørgsmålet om den demokratiske værdi af deltagelse er rammesættende for bogen, med hvilken de to forfattere ønsker at bidrage til diskussionen om deltagelse som kulturpolitisk strategi og konkret formidlingspraksis i, eller i samarbejde med, offentlige kulturinstitutioner.

Bogen består af seks kapitler, der nærmer sig deltagelse som kulturpolitisk strategi og konkret formidlingspraksis fra henholdsvis et teoretisk, et historisk og et praksisorienteret perspektiv. I det første kapitel etableres bogens teoretiske ståsted gennem en introduktion til de tre nøglebegreber *bruger-/borger-inddragelse*, *deltagelse* og *demokrati*, samt begreberne *radikalt demokrati*, *common(s)*, *neoliberalisme*, *New Public Management* og *New Public Governance*, der fungerer som rammesættende for forfatternes fortolkning og brug af nøglebegreberne. Sørensen og Kortbek skelner mellem inddragelse (*engagement*) og deltagelse (*participation*) ved at referere til det engelske firma Citizen Lab og deres skelnen mellem borgerinddragelse (*citizen engagement*) og borgerdeltagelse (*citizen participation*). Forskellen ligger i at inddragelse er initieret ovenfra og er formel i sin form, mens deltagelse er initieret nedefra og er uformel i sin form. Målet for begge former er dog det samme:

at forbedre offentlige serviceudbydelser og politiske strategier. Sørensen og Kortbek er dog kritiske over for modellen, da den simplificerer processen og bygger på den naive antagelse at regeringen og borgerne på forskellige niveauer har eller vil kunne nå til samme mål. De vælger at anvende begrebet *deltagelse* gennem bogen uden det foranstillede "bruger" eller "borger". Her ville det være interessant at høre mere om hvordan diskursen har ændret sig og hvad begreberne "bruger" og "borger" hver især implicerer. Er de eksempelvis lige demokratiske?

Modsat Citizen Lab tager Sørensen og Kortbek afsæt i et andet og mere radikalt demokratibegreb. Deres brug af begrebet *deltagelse* skal ses i relation til dette radikale demokratibegreb, der er et alternativ til det liberale og såkaldte repræsentative demokrati og bygger på en mere direkte forståelse af *demokrati* inspireret af filosofferne Jacques Rancière og Chantal Mouffe, samt kunst- og kulturteoretikerne Irit Rogoff og Nora Sternfeld. Gennem bogen vendes gang på gang tilbage til disse fire tænkere.

Det rammesættende begreb *common(s)* skal forstås som "det fælles" eller "en fælleshed" (side 93). I relation til kulturinstitutioner og kulturformidlere er *common(s)* et vigtigt begreb, da det helt konkret handler om, hvordan man balancerer mellem "det at tage vare på kulturarven for en generel offentlighed (...) og så det at tage vare på en given fællesheds ret, adgang og medbestemmelse (...)" (side 93-94). Begrebet *neoliberalisme* anvendes i bogen både som et (politisk-økonomisk) *begreb* og som et billede på en *epoke*. Hvor *New Public Management*, ifølge Sørensen og Kortbek, står for markedsliberale reformer, privatisering af det offentlige og velfærdsstramninger, står *New Public Governance* for indoptagelsen og inddragelsen af metoder fra det radikale demokrati og har således potentialet til at ændre ved den liberale økonomiske logik.

Som afslutning på første kapitel bruger forfatterne godt tre sider på at redegøre for "Hvad der er sagt og skrevet om deltagelse" (side 17) med referencer til blandt andre Sonia Livingstone (2013), Kirsten Drotner m.fl. (2011), Merete Sanderhoff (2014), Birgit Eriksson, Mette Houlberg Rung og Anne Scott Sørensen (2019), Nina Simon (2010), Shannon Jackson (2011), Claire Bishop (2011; 2013) og Nico Carpentier (2011). Det siger næsten sig selv, at denne redegørelse ikke kan blive andet end overfladisk når så mange – og så forskellige – teoretikere og skribenter skal på banen på mindre end tre sider. Desuden er gennemgangen af begrebet deltagelse (med undtagelse af medieteoretikerne Livingstone og Carpentier) primært baseret på kunstteori og museumsforskning. Her kunne man ønske sig, at forfatterne havde brugt mere tid og plads på at udfolde begrebet, der trods alt navngiver bogen, samt at give flere og mere opdaterede vinkler på dette komplekse fænomen.

En sådan vinkel udgøres dog af bogens andet kapitel, der har titlen "Deltagelse som kulturpolitisk strategi". Som baggrund for bogens historiske spor gennemgår Sørensen og Kortbek den kulturpolitiske udvikling i Danmark siden Kulturministeriets oprettelse i 1961. Her er fokus på den intime sammenhæng mellem deltagelse, kultur og demokrati, der har udgjort – og stadig udgør – det kulturpolitiske omdrejningspunkt. I de seneste år har *outreach* været rationalet bag den danske kulturpolitik, eksemplificeret af de to *Reach out*-kataloger fra henholdsvis 2008 og 2012. Sørensen og Kortbek bruger disse eksempler til at indkredse det grundlæggende paradoks som deltagelse som kulturpolitisk omdrejningspunkt afstedkommer: et overdrevet fokus på brugere (målgruppen for formidlingen) i stedet for på indholdet (kunst og kultur). Dette kan medføre en fare for at kunst- og kultur reduceres til en biting. "Derved opstår det paradoks, at den kerneydelse, dvs. kunst- og kultur, der oprindeligt fremstod som garant for det demokratiske mål, fortøner sig (...) Deltagelsesstrategien risikerer altså i yderste konsekvens at skyde sig selv i foden" (side 33). Forfatterne refererer i denne sammenhæng til den Schweiziske kunsthistoriker Carmen Mörsch, der sætter det netop fremstillede paradoks ind i en større sammenhæng ved at pege på det "grundlæggende paradoks i og for institutionel kulturformidling i demokratiske samfund, nemlig det, at det er kulturformidlingens opgave at tilgodese det løfte, som den formidlede kunst eller kultur egentlig lover, men ikke kan holde – dvs. dét umiddelbart at være et (tilgængeligt) offentligt gode (for alle)" (side 34). Særligt interessant bliver det, når Sørensen og Kortbek følger op med Mörsch's bud på, hvordan det foromtalt paradoks kan blive *produktivt*:

Muligheden for at gøre paradokset produktivt er, ifølge Mörsch, at finde i kulturformidlingen selv. Den ligger nemlig i det faktum, at kulturformidling, hvad enten den som praksis forstås som oversættelse fra et sprog til et andet eller overførelse fra et medium til et andet, altid i sig selv indebærer et gab – mellem det første og det andet, mellem selv og anden. Kulturformidlingen er simpelthen en performativ handling gennem hvilken, der altid tabes noget, men også lægges noget til, så en tredje ting opstår, der aldrig er identisk med udgangspunktet (side 35).

Den produktive mulighed er altså at finde i kulturformidlingen selv. Ifølge Mörsch er der ikke tale om "at opgive kunst, kultur og institution, men om at turde åbne op, slippe idéen om tilrettelagt deltagelse, der er et paradoks i sig selv, og tåle den risiko, men også de muligheder, der da følger med" (side 36). Det er, efter min mening, en vigtig pointe, at Mörsch her inkluderer *institutionen* da dennes rolle synes at mangle i Sørensen og Kortbeks fremstilling af kulturformidlingens grundlæggende paradoks. Som jeg ser det, er det hverken kunsten eller kulturen, der har afgivet et løfte om tilgængelighed og lige adgang, men institutionen og de bagvedliggende politiske målsætninger. Også pointen om, at det handler om at turde slippe ideen om tilrettelagt deltagelse, der er et paradoks i sig selv, er, efter min mening, vigtigt at få med efter endt læsning.

I kapitel 3 behandler forfatterne "deltagelse som demokratisk eksperiment" med udgangspunkt i begreberne *adgang*, *deltagelse* (her benævnt *agens*), *kollaboration/kollektiv*, *singularitet* og *ejerskab*. Undervejs inddrager de gennem såkaldte "ekskurser" eksempler på "mere eller mindre vidtgående deltagelseseksperimenter" (side 7). Det handler om dialogisk-, eksperimentel- og kritisk eksperimentel kulturformidling og et grundlæggende fokus på hvad kulturformidlingen *gør* – med reference til Mörsch's pointe om kulturformidling som en performativ handling, hvortil der altid knytter sig et tab af kontrol.

Emnet for kapitel 4 er "deltagelse som institutionel formidlingspraksis". Her introducerer forfatterne deres model over forskellige deltagelsesformer og –modi (side 70). I modellen, der er formet som en firetakket stjerne, er de førnævnte begreber *adgang*, *agens*, *kollektivitet/singularitet* og *ejerskab* placeret i mellemrummene mellem stjernens takker. Derudover indgår begreberne *samskaben*, *medbestemmen*, *samhandlen (agora)* og *medværen* ud for stjernens fire spidser. *Agens* peger mod *myndiggørelse/empowerment* og stilles i modellen over for *ejerskab*, der peger mod *social forandring*. Ifølge forfatterne kan modellen bruges "som et redskab til både at planlægge og evaluere med" (side 69). Sørensen og Kortbek bruger resten af kapitel 4 på at forklare modellen ved inddragelse af yderligere eksempler på hybride deltagelsesformater. På trods af den grundige gennemgang er jeg stadig ikke overbevist om værdien af modellen eller dens anvendelsespotentialer. Begreberne er måske nok anvendelige, men placeringen omkring den firetaktede stjerne er mig et mysterium, ligesom jeg ikke kan afkode, hvorvidt de overfor-hinanden-stillede begreber skal forstås som modpoler eller blot som to forskellige måder, at nå det samme (?) mål.

I det femte kapitel inddrager Sørensen og Kortbek eksempler på deltagelse i kunst- og kulturprojekter i byen. Det sker blandt andet gennem en bevægelse fra "de kulturelle fyrtårne" som fx HEART i Herning, Museet for Søfart i Helsingør, DOKK1 i Aarhus og KUNSTEN i Aalborg. I modsætning til de etablerede fysiske institutioner – *fyrtårnene* – bruger forfatterne "festen" som metafor for de midlertidige kulturbegivenheder, der finder sted i byens rum, såsom festivaller, optog og happenings. Sådanne festligheder er, ifølge Sørensen og Kortbek, "midlertidige fyrtårne" (side 89), der sprænger de institutionelle rammer og har potentiale for at åbne institutionerne op. I denne sammenhæng spiller begrebet *common(s)* en vigtig rolle: "Når commons bringes i anvendelse over for og i kunst- og kulturformidling i byen, så handler det ikke om at genfinde et tabt landsbyfællesskab, men derimod om at tænke i nye måder at gøre fælleshed på med plads til kontrovers, og med visse nødvendige normer for det fælles bedste" (side 94). Sagt på en anden måde er ideerne om mangfoldiggørelse og *fælleshed*, når det kommer til stykket, et opgør med et entydigt institutionelt ejerskab, samt mulighederne for at udfordre eksisterende forestillinger og magtstrukturer.

Bogens sjette og sidste kapitel har titlen "Demokratisk værdi – en ny værdikamp?". Her mødes det teoretiske, det historiske og det praksisorienterede spor i en afslutning, der både runder af og opstiller nye spørgsmål. Således vender Sørensen og Kortbek tilbage til deres påstand om, at vi er midt i en aktuel værdikamp i og omkring offentlig kultur eksemplificeret med "kedsomhedsknappen" og den debat der fulgte i kølvandet på dens

lancering. Denne værdikamp er – i bogstavelig forstand – også ”en kamp om, hvad *værdi* er, hvordan der kan tales om værdi, og hvordan værd(i)sættelsen kan og skal praktiseres” (side 107). Med reference til den amerikanske sociolog John Dewey og hans pointe om, at ”al værd(i)sættelse udspringer af en formulering af et givet problem, der skal løses” (side 111) peger Sørensen og Kortbek tilbage på én af bogens grundlæggende problematikker: den multivalente og allestedsnærværende (e)valuering og ”den måde, valuering praktiseres på, ikke mindst i kraft af nye, valuative medier” (side 20). Eksempler på denne (e)valueringspraksis kan findes i de nationale kulturvaneundersøgelser og -surveys baseret på ”besøgstal og spørgeskemaer, der opererer ud fra bestemte klassifikationer og demografiske data” (side 112). Sådanne (e)valueringspraksisser har ”afstedkommet et overvældende fokus på brugertypologi og dermed en deficitproblematik, dvs. det at forstå ikke-brug som en mangel og derved netop værdilade termen ikke-brugere (negativt). Det har igen gjort sit til at installere *outreach* som politisk og institutionel strategi. Siden 1964 har denne måde at evaluere kulturpolitik og –formidling på været dominerende og nærmest neutraliseret ”sådan, man (e)valuerer” (side 112). Som et alternativ til den måde hvorpå (e)valuering praktiseres i dag, introducerer Sørensen og Kortbek ideen om valuering som *begivenhed*, dvs. ikke som noget, der følger *efter*, men som noget der er *indbygget* i selve projektet/begivenheden/formidlingen etc. Dette er en inspirerende måde at betragte (e)valuering på og noget, der uden tvivl vil kunne anvendes af både nuværende og kommende praktikere, der ikke kan komme uden om at skulle tage stilling til spørgsmålet om (e)valuering og værd(i)sættelse.

Endelig vender Sørensen og Kortbek tilbage til kedsomhedsknappen, der har fungeret som ”eksemplarisk omdrejningspunkt” for bogen og for de spørgsmål de to forfattere har ønsket at rejse. Det gode ved ”kedsomhedsknappen” er, ifølge Sørensen og Kortbek, at den medførte en offentlig debat om, hvad kulturformidling er i dag. Således er den et godt billede på ”debatten om deltagelse som en formidlingsform, der ændrer ved selve den måde, kulturinstitutionerne fungerer på” – en debat, der ifølge forfatterne ”er vigtig for alle” (side 7). ”Knappeffekten”, som de kalder den, var udover at skabe debat også ”at samle publikum – børn og voksne – om sig selv og derved opsuge den energi, publikum måtte møde med, eller som måtte gemme sig i de øvrige rum og genstande” (side 119). Desuden argumenterer Sørensen og Kortbek for, at kedsomhedsknappen var ”velgørende multivalent” som en *gimmick*, da den understregede ”et opgør med den traditionsbestemte, museale autoritet og nærmest sakrale aura” (side 119).

Bogen præmis er ”at skabe et radikalt demokratisk alternativ til den form for problematisering, som den aktuelle kontekst for offentlig kultur lægger op til, hvor deltagelse mere handler om at få så mange som muligt ind i de offentlige kulturinstitutioner end om hvordan og hvorfor” (side 118). Kommer Sørensen og Kortbek i mål med denne målsætning? Bogen igennem giver de i hvert fald nogle konkrete bud på, hvordan man som kulturinstitution og kulturformidler kan tænke anderledes og gribe opgaven anderledes an. Desuden foreslår forfatterne, at den hidtil dominerende kultur og formidlingspraksis udfordres af ”en mere direkte demokratisk kultur og formidlingsform, hvor tidens påtrængende spørgsmål kan reflekteres og et rum for *commoning* etableres” (side 120). Dette er bestemt en udfordring, der bør tages op, men også en udfordring som mange kulturinstitutioner rundt om i landet – heriblandt mange folkebiblioteker – allerede *har* taget op.

Bogen igennem inddrages eksempler på deltagelseseksperimenter inden for kunst- og kulturformidling fra en lang række danske kulturinstitutioner. Her er eksempler fra museerne og den eksperimenterende kunstscene – ikke overraskende – i flertal. Men hvor der inddrages omkring 20 eksempler fra museums- og galleriverdenen og 13 eksempler på kunst- og kulturformidlingstiltag enten online, i byrummet eller i relation til en etableret kulturinstitution, inddrages kun tre-fire eksempler fra teatrene og bibliotekerne og én enkelt reference til arkiverne. De mange eksempler fra museums- og kunstverdenen kommer til at skabe en uligevægtig repræsentation af det danske kulturinstitutionelle miljø. Særligt i forhold til begreberne *demokrati* og *deltagelse* er det ærgerligt, at eksemplerne, og dermed bogen, ikke når bredere ud. Eksempelvis ville forklaringerne af modellen i kapitel 4 flere steder være tydeliggjort med eksempler fra folkebiblioteker, teatre og arkiver. Det gælder blandt andet begreberne *agens* og *samskabelse*, *kollaboration/kollektivitet* og *medbestemmen*, samt *medejerskab* og *samhandlen (agora)*. Inddragelse af flere eksempler fra et bredere kulturinstitutionelt felt kunne have højnet udsynet og ville – efter min mening – øge bogens anvendelsesmuligheder i praksis.

Spørgsmålet om den demokratiske *værdi* af deltagelse er rammesættende for bogen. Der rejser sig et spørgsmål om der overhovedet er tale om demokratisering og – hvis ja – i hvilken forstand der kan tales om demokratisering og hvordan dette spørgsmål i det hele taget kan stilles. Jeg sympatiserer i høj grad med forfatterens ønske om at problematisere *hvad* man (e)valuerer og *hvordan* man (e)valuerer kunst- og kulturinstitutioner og deres formidlingspraksisser. Man kan måske, som Sørensen og Kortbek også gør, stille spørgsmålstegn ved det nye i denne værdikamp, da den har været en del af den danske kulturpolitiske agenda siden 1964. Men under alle omstændigheder er det en problematik og et spørgsmål, der er værd at (gen)rejse.

Hvorvidt bogens forfattere konkluderer, at "kedsomhedsknappen" er et godt eksempel på et kulturformidlingstiltag, der giver mulighed for demokratisk deltagelse er, efter endt læsning, uvist. Jeg kan ikke undgå at stå tilbage med en følelse af, at dette spørgsmål gerne måtte besvares tydeligt. Særligt når knappen er "det eksemplariske omdrejningspunkt" for bogen. Kedelig er den ikke, men om den ændrer fundamentalt og *radikalt* ved noget, kan diskuteres. På trods af dette leverer Sørensen og Kortbek ved at anvende billedet af kedsomhedsknappen som en – bevidst eller ubevidst – provokation et højaktuelt og *højintellektuelt* bidrag til en påtrængende debat, som man kun kan håbe flere kulturpolitikere, fagpersoner og ikke mindst borgere fremover vil deltage i og være med til at forme.