

Titelblad

AALBORG UNIVERSITET

TITEL:	Instagram som indsamlingsplatform
TEMA:	Specialeafhandling
PROJEKTPERIODE:	10. semester.
MODUL:	Modul L: Kandidatspeciale
AFLEVERES:	03-06-2019
UDARBEJDET AF:	Louise Hyllested Grønhøj. Studienr. 20144480
VEJLEDER:	Marianne Paasch
TAK TIL:	Bente Jensen, Arkivar, Aalborg Stadsarkiv
SIDETAL RAPPORT:	85 sider
ANSLAG (ink. mel.):	191.640 anslag
NORMALSIDER:	79.85 normalsider

Abstract

This thesis is about a relatively new field of archival study, focusing on the potential of adapting the use of the social media platform Instagram for collecting and acquisitional purposes within archival institutions. This field finds its place within the fourth paradigm, identified by the archival theorist Terry Cook, because it involves a heavy focus on the archives users and contact with the users on their terms and preferred platforms. This field also relies heavily on user involvement and participation, which is why the field of this thesis is part of the school of thought and field called, the participatory archive. In this thesis it is acknowledged that Instagram has become a well-established tool within archival institutions as well as other institutions focusing on the preservation of cultural heritage, mainly for the purpose of establishing contact with potential new users and to share knowledge about the archives and their collections. Nowadays archives and museums in the Nordic European countries have started to think of the communicative potential of social media platforms as making way for the possibilities of new collecting and acquisitional practices. This has led to the now ongoing Nordic project called *Collecting Social Photo*, where archivists and museums staff from different Nordic countries work together both to bring awareness about the potential of using social media to collect and co-create cultural heritage and to create new work practices adapted to the use of social media. However, the field is still very much an experimental one, which is why more research is needed. In this thesis case studies, new and old, on different attempts to use Instagram as a platform for collecting purposes are being analyzed and discussed aiming at creating insight on, what practical experiences that have been established so far on the field. This is done by analyzing recurring themes within all the involved cases. This thesis focuses on the social visual media platform Instagram and the collecting and preservation of visual documentation of urban city spaces. The purpose of this thesis is to lay the groundwork for the creation of potential guidelines or practices for when archival institutions chose to use Instagram for collecting purposes. The conclusions of this thesis are therefore not the creation of a methodology that other archives can follow, but a collection of experiences that have been gained by multiple cultural heritage institutions both independently from each other and from sharing experiences with one another.

Indholdsfortegnelse

Titelblad	1
Abstract	2
Indledning	5
Specialedesign.....	6
Specialets relevans og forskning.....	7
Participatoriske arkiver.....	10
Instagram som indsamlingsplatform	12
Udfordringer ved og kritik af brugen af Instagram på arkiver	15
Problemformulering	21
Afgrænsning.....	21
Redegørende/definerende afsnit.....	23
Collecting Social Photo	23
Instagram	24
Tagging	25
Social digital fotografi.....	26
Brug af Instagram på arkiver verden over	27
Præsentation af Casestudier	30
#weloveaalborg	31
Aalborg – Hashtag vs. Geotag.....	32
Yderligere casestudier	33
Et studie af lokationsrelateret fotografi på Instagram af byen Södertälje i Sverige	33
#juliaalborg	34
Den Gamle By	34
Metodeafsnit.....	37
Casestudier som metode	37
Analysestrategi	39
Analyse.....	42
Indsamlingens struktur	42
Rollefordeling; Arkiv og evt. samarbejdspartnere	47
Formidling, kommunikation og indsamling.....	50
Motiv	54
Proveniens	65
Diskussion.....	68

Konklusion	75
Litteraturliste	78
Bog	78
Kapitler fra antologier	78
Instagramopslag.....	78
Artikler	80
Internethjemmesider	82
Ordbog/Opslagsværk.....	83
Online dokumenter	84
Afhandlinger.....	84
Lovgivning	84
Bilagsliste	85

Indledning

Det er ikke krævet i arkivloven, at de danske arkiver skal indsamle fotografier af deres lokale byrum. Prioriteringen af dette overlades til de enkelte arkiver og arkivarers fortolkning af arkivlovens paragraf 4 og 7: ”sikre bevaringen af arkivalier, der har historisk værdi eller tjener til dokumentation af forhold af væsentlig administrativ eller retlig betydning for borgere og myndigheder”¹. Der er dog mange arkiver der prioriterer dette, da fotografier kan tjene som en visuel dokumentation af de enkelte byrum, og disses udvikling. I mange år har dette været muligt ved at indsamle analoge fotografier, altså fotografier i fysisk form, i form af fotoalbummer og samlinger fra private fotografers atelier. På Aalborg Stadsarkiv ses dette eksempelvis ved indsamlingen af fotografier fra fotografen Heinrich Tønnies’ atelier,² eller på Frederikshavns Stadsarkiv ved indsamlingen af fotografier af fotografen Knud E. Bonnemann.³ I nyere tid bliver det dog klare og klare, at færre og færre mennesker stadig optager analoge fotos, og dette kan komme til at få alvorlige konsekvenser for arkiverne, der forsøger at bevare visuel dokumentation på byer, lande, og befolkningens udvikling.⁴ Folk optager ikke fysiske fotoalbum eller fotosamlinger mere som tidligere pga. den teknologiske udvikling, der gør det muligt at skabe, opbevarer og dele fotos digitalt. De sociale medier, såsom Facebook, Instagram, Pinterest og Flickr, har stort set erstattet de analoge fotoalbummer og billedsamlinger.⁵ Hvis man fortsat ønsker at bevare visuelle beviser og billeddokumentation af byrum/-miljøer, historiske begivenheder eller anden social aktivitet på arkiver, må arkiverne finde på nye praksisser til at indsamle fotografier med, der er tilpasset den nutidige digitale og online opbevaring af fotografier. De sociale medier er en platform, som alle har adgang til, hvormed arkivarer kan finde frem til relevante fotografier til bevaring på arkiverne. I dette speciale vil der være fokus på, hvordan det sociale medie *Instagram* kan bruges til fotografiindsamling, ved at analysere erfaringspraksisser benyttet i forsøg på fotografiindsamling via denne platform.

¹ Haarder, Bertel. 2016. *Bekendtgørelse af arkivloven*. Sidst opdateret: 28.09.2016. Internetadresse: <https://www.retsinformation.dk/Forms/r0710.aspx?id=183862#id7d712a74-ffbb-4ac4-9ad0-3ebe33a3bf02> - Besøgt d. 03.03.2019 - § 4 og § 7

² Aalborg Stadsarkiv. ”Tønnies Fotosamling” – Besøgt d. 30-05-2019, <http://www.aalborgstadsarkiv.dk/AalborgStadsarkiv.asp?SaerSam=TON>

³ Arkiv.dk, ”Fotos afleveret af Knud Bonnemann”, <https://arkiv.dk/vis/3596791> – Besøgt d. 30-05-2019

⁴ Hartig, Kajsa, Jensen, Bente, Wallenius, Anni and Boogh, Elisabeth. *Collecting the ephemeral social media photograph for the future: Why museums and archives need to embrace new work practices for photography collections*. MW18: MW 2018. Udgivet 15-01-2018.

<https://mw18.mwconf.org/paper/collecting-the-ephemeral-social-media-photograph-for-the-future-why-museums-and-archives-need-embrace-new-work-practices-for-photography-collections/> - Besøgt d. 12-02-2019

⁵ Hartig, Jensen, Wallenius og Boogh, *Collecting the ephemeral social media photograph for the future*

Specialedesign

I dette speciale er jeg interesseret i at finde ud af hvordan man kan benytte Instagram som en indsamlingsplatform på arkiver, i forbindelse med indsamlingen af sociale digitale fotografier til arkivers samlinger af visuel dokumentation af byrum. Derfor vil jeg lave en opsamling af, hvilke erfaringer man har gjort sig på arkiver og andre kulturinstitutioner om Instagram som platform til dette formål.

Der er endnu ikke udviklet nogen videnskabelige metoder for, hvordan man skal indsamle sociale digitale fotografier via Instagram, da dette i høj grad stadigvæk er et eksperimenterende felt. Derfor vil dette speciales empiri bestå af casestudier af forskellige tilfælde i Danmark, og et enkelt i Sverige, hvor kulturinstitutioner, altså arkiver og museer, har foretaget indsamlingsprojekterne baseret på erfaringspraksisser, hvor de har eksperimenteret med forskellige måder at anvende Instagram som indsamlingsplatform. Til kildehenvisninger i dette speciale har jeg benyttet fodnote og bibliografi-metoden.

For at give læseren et bedre indblik i dette speciales forskningsfelt vil specialet starte med en forskningsdiskussion, der først og fremmest har til formål at fremhæve specialets relevans, erfaringer og forskning ang. Instagram som en medieplatform, samt udfordringer og kritik af dette forskningsfelt. Titlen på forskningsdiskussionen er ”Specialets relevans og forskning”.

Herefter præsenteres specialets problemformulering og afgrænsning, efterfulgt af en række redegørende og definerende afsnit, hvor platformen Instagram og begreberne tagging og sociale digitale fotografier vil blive defineret. I dette afsnit vil der også blive gjort rede for et nordisk projekt kaldet *Collecting Social Photo*, da dette er et igangværende projekt, der beskæftiger sig med at udvikle nye arbejdspraksisser, der er specifikt tilpasset brugen af sociale medier til indsamlingsformål på kulturinstitutioner, hvormed dette projekt og dets resultater har relevans for dette speciale.

Da dette speciales empiri består af casestudier, vil disse blive præsenteret individuelt inden metodeafsnittet. I metodeafsnittet vil forskning og teori om casestudiemetoden blive gennemgået, hvorefter analysens strategi og struktur vil blive tydeliggjort. Opbygningen af analysen består af tematikker, baseret på emner og problematikker, der er gennemgående i flere eller alle casene. Herefter findes specialets analyse og diskussion, med en opsamlende konklusion til sidst.

Specialets relevans og forskning

Dette speciale skriver sig ind i et eksperimenterende forskningsfelt, der kan placeres indenfor det, den anerkendte arkivteoretiker Terry Cook kalder det fjerde paradigmeskift. I artiklen “Evidence, Memory, Identity, and Community: Four Shifting Archival Paradigms” fra 2013, inddeler han arkivets og arkivarernes rolle igennem historien i fire paradigmer og han beskriver disse som at have følgende individuelle karakteriseringer: bevis, erindring, identitet og samfund. Det fjerde og nuværende paradigme beskrives af Cook således: *“Community is the key concept, then, of the fourth archival paradigm now coming into view, a democratizing of archives suitable for the social ethos, communication patterns, and community requirements of the digital age.”*⁶ Dette arkivteoretiske og -faglige paradigme karakteriseres altså ved at have fokus på samfundet og dets borgere, hvor arkivarer ikke kun skal operere som kyndige professionelle, der holder sig indenfor sine egne institutioner. Arkivarerne skal derimod engagere sig i deres egne samfund og aktivt kommunikerer med brugerne på brugerne vilkår og platforme. Cook uddyber, at arkivarerne har til ansvar at sikre, at alle sociale grupper i deres sociale samfund har adgang til og skal repræsenteres i arkivernes samlinger efter bedste evne.⁷ Dette fokus på brugerne og samfundet har åbnet op for brugen af sociale medier til kommunikation, formidling og brugerinddragelse, men da det endnu er et eksperimenterende felt at anvende sociale medier til indsamlingsarbejder eller andre arkivfaglige formål, er erfaringerne med disse fortsat meget varierende og ikke baseret på egentlige retningslinjer.⁸

Museumslederen Kajsa Hartig, fra Västernorrlands Museum, arkivar Bente Jensen, fra Aalborg Stadsarkiv, museumsinspektør Anni Wallenius, fra The Finnish Museum of Photography, og museumsinspektør Elisabeth Boogh, fra Stockholm Läns Museum, er alle anerkendte for deres individuelle og fælles arbejde med og forskning i brugen af de sociale medier som platform på kulturinstitutioner, og i deres arbejde med at udvikle nye arbejdspraksisser, der er tilpasset brugen af sociale medier til at indsamle sociale digitale fotografier. De er alle også med i det nordiske projekt *Collecting Social Photo* med samme formål, som jeg vil vende tilbage til senere. De er af fælles mening om at de fysiske fotoalbummer og samlinger er af en døende race, fordi den

⁶ Terry Cook: “Evidence, Memory, Identity, and Community: Four Shifting Archival Paradigms”, i *Archival Science*, juni 2013, vol. 13, nr. 2-3: 95-120. – s. 116

⁷ Cook, s. 116-118

⁸ Jensen, Bente, “Instagram in the Photo Archives – Curation, Participation, and Documentation through Social Media” Udgivet ved Girona 2014: Arxius i Industries Culturals, <http://www.girona.cat/sgdap/docs/7d5e1orid160.pdf> - Besøgt d. 30-05-2019 - s. 1

almindelige befolkning, så vel som professionelle fotografer, foretrækker at udnytte de nye digitale værktøjer, der gør det muligt at skabe, opbevare og dele fotos digitalt. De digitale værktøjer, der her henvises til, er sociale medier, som Facebook Instagram, Pinterest og Flickr. Hartig, Jensen, Wallenius og Boogh argumenterer for, at disse sociale medier stort set har erstattet de fysiske fotoalbummer og printede fotografier generelt, hvormed de mener at nye arbejdspraksisser for indsamling af fotografier, både på arkiver og museer, er nødvendige. De mener nemlig, at siden fotograferne uploader deres fotografier på de sociale medier, så er det via de sociale medier arkiverne og museerne bør fokusere deres indsamling af fotografier. Men for at gøre dette muligt, er nye indsamlings- og arbejdspraksisser nødt til at blive tilpasset disse nye platforme.⁹ På *Collecting Social Photos* hjemmeside gør Jensen rede for i et blogopslag, at Instagram over tid er blevet til et fotoarkiv, og at siden 2017 er det blevet muligt på platformen at gemme fotografier i en personlig samling i private mapper, som andre brugere ikke har adgang til. Samme år introduceredes to arkivalske funktioner eller undersektioner: historie arkiver og oplægsarkiver, der havde til formål at give brugerne et sted at lagre deres digitale fotografier, i stedet for på deres mobiler, uden at disse ville være til offentligt skue. Et privat arkiv skabes på denne måde på Instagram, og private samlinger på brugerne private computere eller harddrives bliver hermed overflødige.¹⁰ Dette kan komplicere arkivernes og museernes muligheder for at bruge Instagrams søgefunktion til at fremfinde relevant fotografimateriale til indsamling og bevaring på arkiverne. At brugerne kun gemmer deres fotografier på de sociale medier, gør det endnu mere problematisk at finde alternativer i forhold til arkivernes indsamlingspraksisser af disse digitale fotografier. Jensen argumenterer for, at hvis man betragter disse nye funktioner fra et arkiv og museums synsvinkel, så kunne man forestille sig, at skaberne af sociale digitale fotografier ville anse deres behov for et arkiv bevaring af kulturarv som værende dækket af de sociale mediers arkivalske funktioner. Hun mener dermed, at denne nye opfattelse, fra brugernes side, kunne komplicere arkivernes og museernes indsamlingspraksisser, samt deres rolle i samfundet generelt, i forhold til bevaring af visuel dokumentation for eftertiden.¹¹ Man kunne her stille spørgsmål til, om dette virkelig er så slemt? Det vigtigste er vel, at billederne bliver bevaret. Men her fortæller Jensen om, hvordan fotografier på sociale medieplatforme, såsom Flickr og Myspace, er blevet slettet. På Myspace har firmaet bag platformen tænkt sig at slette alle data ældre end 2016, hvormed Jensen pointerer

⁹ Hartig, Jensen, Wallenius, og Boogh. *Collecting the ephemeral social media photograph for the future*

¹⁰ Jensen, Bente, *Have Social Media Become the New Archives of Digital Photography?* Udgivet af #collectingsocialphoto d. 19-03-19 <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/have-social-media-become-the-new-archives-of-digital-photography/> - Besøgt d. 12-02-2019

¹¹ Jensen, *Have Social Media Become the New Archives of Digital Photography?*

ustabiliteten ved at betro potentielt bevaringsværdigt materiale til private virksomheder og organisationer, da disse på ingen måde er forpligtet til at bevare fotografierne for eftertiden.¹² Der er altså stadig behov for arkiverne, som en bevarende institution, der sikre indsamlingen og bevaringen af disse fotografier, der ellers kan risikeres at gå tabt. Platforme som Facebook eller Instagram, der er eget af den samme virksomhed (Facebook) har endnu ikke udstedt en lignende meddelelse, men i stedet for at vente på at den kommer, og dermed risikerer at relevante fotografier går tabt, så kan man allerede nu på arkiver og museer begynde at udarbejde nye arbejdspraksisser for fotografiindsamling, tilpasset de sociale medieplatforme. Ved en undersøgelse foretaget på hjemmesiden Minnen.se, der er en del af DigitaltMuseum, bliver deltagerne udspurgt om deres sociale medie og fotografi praksisser. Undersøgelsen viser indtil videre, ifølge Jensen, at arkivskaberne, altså brugerne på de sociale medier, er positivt indstillet overfor tanken om at tilbyde deres fotografier til arkiver og museers samlinger, hvis de bliver spurgt.¹³ Det kan her argumenteres for at kulturinstitutionernes langsigtede bevaring af arkivalier, i modsætning til den kortsigtede bevaring der karakteriserer private virksomheder, kan praktiseres via de sociale medier, og derfor skal håndhæves. Jensen påpeger også, at casestudierne, der er blevet udarbejdet af *Collecting Social Photo*, viser at det kræver en hel del brugerinddragelse og kommunikation med brugerne at indsamle sociale digitale fotografier og at der samtidig er et krav om at processen skal være let og hurtig via de sociale medier, ellers mister brugerne interessen for at samarbejde med institutionerne.¹⁴ Udviklingen af nye arbejdspraksisser er dermed nødvendige hvis indsamlingen af visuel dokumentation af nutidens samfund skal kunne finde sted via de sociale medier.

Forskning i brug af sociale medier som platform har også eksisteret før starten af *Collecting Social Photo*, da det siden de sociale mediers tilblivelse har været klart for mange, at disse platforme har stort potentiale indenfor flere områder, også indenfor arkivpraksisser. I artiklen "Instagram in the Photo Archives Curation, Participation, and Documentation through Social Media" fra 2014 gør Bente Jensen det klart, at folk lynhurtigt har taget disse fotografidelingstjenester og nye måder at fotograferer på til sig, og at institutioner som museer og arkiver kan vælge at ignorere dette nye fænomen, eller de kan tage fat på de muligheder disse nye sociale medier, folk har adgang til på deres mobiler, giver i form af nye måder at involverer nye brugergrupper og til at kommunikerer med disse. Jensen pointerer her, at disse mobile sociale værktøjer også kan udnyttes som en del af

¹² Jensen, *Have Social Media Become the New Archives of Digital Photography?*

¹³ Jensen, *Have Social Media Become the New Archives of Digital Photography?*

¹⁴ Jensen, *Have Social Media Become the New Archives of Digital Photography?*

dokumentationen af samtidens verden, set fra et mere alsidigt perspektiv, da alle brugere har mulighed for at deltage.¹⁵ De sociale medier og udnyttelsen af at folk kan kontaktes og inddrages via deres smartphones skaber altså flere muligheder, end kun at indsamle fotografier, ved at involverer sig selv og kommunikerer mere direkte til brugerne. Dette betyder, at de sociale medier ikke kun skal udnyttes med tanke på indsamlingsarbejde, men derimod som en platform hvor arkiver og brugere kan mødes og skabe kontakt på en lettilgængelig og direkte måde.

Participatoriske arkiver

Jensen pointerer, at det er blevet almindeligt accepteret i arkivforskningen, at forholdet mellem arkiver og brugere har ændret sig drastisk fra en meget ensidig kommunikationsmodel til at være præget af flere dialoger der finder sted samtidig og på tværs af hinanden. Fokus har på en måde bevæget sig fra arkivernes samlinger til arkivernes brugere og forholdet til disse har ændre sig fra at være asymmetrisk til mere ligeværdigt og nye digitale teknologier og medier har spillet en stor rolle i at gøre dette muligt.¹⁶ Konceptet, der her tales om, er et participatorisk arkiv, hvilket er blevet forsket i og introduceret af arkivforskere som Eveleigh, Huvila og Theimer. Dette speciale skriver sig ind i den arkivfaglige og -teoretiske skole om det participatoriske arkiv, da vi i dette speciale har fokus på brugen af Instagram til indsamlingsformål, hvormed brugerne af Instagram inddrages i arkivets indsamlingspraksisser og kan få en indvirkning på, hvad der bliver indsamlet.

Kate Theimer har foreslået en definition på et participatorisk arkiv, der lyder således: “*An organization, site or collection in which people other than the archives professionals contribute knowledge or resources resulting in increased appreciation and understanding of archival materials and archives, usually in an online environment.*”¹⁷ Ifølge Theimer er denne udvikling sket som en konsekvens af tilblivelsen og tilgængeliggørelsen af internettet til offentlig brug, digitaliseringen af samlinger og delingen af billeder, viden og nyheder via sociale medier. Arkiverne har, ifølge Theimer, ikke længere monopol som et videnscenter, men er nu i konkurrence med en overflod af viden, der kan findes et andet sted.¹⁸ Der er nu en konkurrence om brugernes opmærksomhed, og internettet og dets mange digitale platforme skaber flere muligheder for at skabe kontakt med de traditionelle arkivbrugere (forskere og historikere), så vel som nye hidtil

¹⁵ Jensen, “Instagram in the Photo Archives” s. 1

¹⁶ Jensen, “Instagram in the Photo Archives” s. 2

¹⁷ Theimer, Kate, “Participatory Archives: Something Old, Something New”, Udgivet på *ArchivesNext – well, what will come next?* 2014. Internetadresse: <http://www.archivesnext.com/?p=3463> - Besøgt d. 13-04-2019

¹⁸ Theimer, Kate, “Archives as Platform: Building Participatory Archives” i *#arkivdag – relevans, medvirkning, dialog*, ABM-media, 2016, Marit Hosar, Ellen Røsjø, Bente Jensen, Charlotte S.H. Jensen, Anna Ketola og Maria Larsson Östergren (Red.) - s. 38

ukendte brugergrupper.¹⁹ Theimer nævner specifikt de sociale medier som en platform, arkiverne bør deltage på som en del af en ny strategi, da disse kan være specielt nyttige i at gøre arkiverne mere deltagende og inddragende overfor brugerne.²⁰ Isto Huvila bekræfter denne påstand om brugen af sociale medier, men mere i forbindelse med at gøre arkiver mere tilgængelige, da han anser de sociale medier, som en platform der kan sprede viden om arkiverne og deres samlingers tilgængelighed.²¹

Alexandra Eveleigh påpeger, at udvælgelsen af forskellige platforme, både digitale og fysiske, kun er en del af løsningen. Hun fremhæver, at de traditionelle så vel som nye brugere også skal motiveres til at deltage i arkivernes projekter og praksisser. Eveleigh forklarer, at der er blevet foretaget ekstensiv forskning om motivation, som en teoretisk konstruktion, indenfor specifikt to socialvidenskabelige discipliner: økonomi og psykologi. Ud fra disse kan motivation i bred forstand inddeles i to kategorier: den iboende motivation, der er karakteriseret af at være motiveret af at ville deltage i selve opgaven, og den udefrakommende motivation, der karakteriseres af at være motiveret af resultatet ved at deltage i en aktivitet (på engelsk: intrinsic og extrinsic). Indenfor det participatoriske arkivs kontekst fremtræder den iboende motivation i form af brugernes interesse og nysgerrighed for et emne, brugernes egne kompetencer indenfor opgaven og glæden ved at deltage. Eveleigh beskriver de iboende motiverende faktorer som værende i stigende grad vigtig ved anvendelsen af online platforme på arkiver, da brugernes egen interesse og evner er det eftertragtede, samt at der er et fokus på bevaringen af allerede eksisterende deltagende brugere. Eveleigh mistænker, at den iboende motivation er den foretrukne på arkiver, da professionelle arkivarer ønsker at bevare deres arbejdsfelt som en akademisk profession. Hun taler her for, at den udefrakommende motivation, i form af belønninger og præmier, er med til at skabe opmærksomhed omkring forskning og kan inddrage en breder brugergruppe, specifikt hvis de participatoriske aktiviteter udføres i form af konkurrencer eller ved tilføjelsen af anden form for gamification. Hun mener ikke, at dette forværrer resultaterne af de participatoriske aktiviteter på arkiver, da det er en del af den udefrakommende motivation at tilføje aktiviteten belønninger såvel som rammer for aktiviteten, der skal overholdes, hvis man vil opnå belønning ved at deltage.²² Eveleigh uddyber

¹⁹ Theimer, "Archives as Platform" s. 40

²⁰ Theimer, "Archives as Platform" s. 42

²¹ Isto Huvila, "The unbearable lightness of participating? Revisiting the discourses of "participation" in archival literature", *Journal of Documentation*, Vol. 71 Issue: 2, 2015, s. 358-386 – s. 368-369

²² Eveleigh, Alexandra, *Crowding out the Archivist? Implications of online user participation for archival theory and practice*, Ph.D.-afhandling, UCL, 31. December 2015. Internet: <http://discovery.ucl.ac.uk/1464116/1/Eveleigh-AMM-PhD-2015.pdf> - s. 85 - 87

her, at belønningen ikke behøver at være håndgribelig, men kan derimod bestå af en social belønning i form af eksempelvis feedback og forbedring af ens omdømme. Hun forklarer, at i visse tilfælde kan den sociale prestige og anerkendelse af venner, familie og omgangskredse, der medfølger deltagelsen i et partecipatorisk projekt, ledet af en kulturinstitution, også fungerer som en motiverende udefrakommende belønning.²³

Instagram som indsamlingsplatform

Der er flere forskellige sociale medieplatforme. I bogen ”Bilder för framtiden” fra 2013 gøres det klart af museumsinspektøren Elisabeth Boogh og museumsfotografen Merja Diaz, at Flickr var det første sociale medie, der var blevet valgt til eksperimentring med indsamling af fotografier via sociale medier. I et sammendrag af en forelæsning til konferencen *Museums and the Web* i 2012 af Ryan Donahue, fra George Eastman House og Aaron Straup Cope, tidligere senior ingeniør hos Flickr, forklares det, hvordan det var intentionen at bruge Flickr til at skabe en direkte kontakt til individuelle brugere og grupper heraf og opmuntre dem til at bidrage med fotografier. Brugere er, ifølge Donahue og Cope, en vigtig del af indsamlingspraksissen via sociale medier som Flickr, da den direkte kontakt med bruger også sikrer en hurtigere aftale med brugeren om at optage disses billeder i arkivets samlinger. Dette omhandler både arkivets behov for tilladelse, men også optagelsen af metadata til det indsamlede materiale, der også involverer den kontekst fotografierne har indgået i på det sociale medie.²⁴ Disse overvejelser og argumenter står stadig ved magt. Årsagen til at Instagram er blevet prioriteret over Flickr bliver bl.a. beskrevet af Jensen, med at Instagram på mange måder er det nye Flickr. Jensen forklarer, at Flickr blev modtaget og brugt af mange kulturarvsinstitutioner efter platformens tilblivelse i 2004 og at Flickr Commons har været en måde for brugere at møde disse institutioner og for institutionerne at introducerer interaktive platforme for digitale udstillinger af arkivmateriale. Efter Instagrams tilblivelse i 2010 har Instagram overhalet Flickr, hvad angår vækst i brugerantal og popularitet.²⁵ Eftersom brugerne spiller en vigtig rolle i forhold til arkivernes brug af de sociale medier, blev Instagram derfor prioriteret over Flickr. Det er svært at give et præcist tal på, hvor mange arkiver der bruger specifikt Instagram, eftersom Instagrams søgefunktion er utilstrækkelig til at lave en definitiv søgning, da man skal søge efter et specifikt brugernavn, disse arkiver har brugt, for at finde dem. Bente Jensen har dog forsøgt at lave

²³ Eveleigh, *Crowding out the Archivist?* s. 88 - 89

²⁴ Boogh, Elisabeth & Díaz, Merja, *Bilder för framtiden: strategier för insamling av digitalt födda fotografier*, Malmö museer, Malmö, 2013. - s. 89

²⁵ Jensen, ”Instagram in the Photo Archives” s. 2

en liste baseret på søgninger og forespørgsler, og indtil videre er det anslået, at 186 arkiver verden over benytter Instagram som en del af deres sociale mediestrategi.²⁶

Noget af det mest gennemgribende og anerkendte forskning, der er blevet foretaget om Instagram som platform og karakteren af det fotografiske materiale, der findes på platformen, er blevet foretaget og beskrevet af Lev Manovich, der er en af de ledende teoretikere om samtidens digitale kultur og medier. Denne forskning er relevant, hvis man har tænkt sig at anvende visuelle sociale medier, såsom Instagram, til forskellige formål, da forskningen forklarer, hvilken form for materiale, man kommer til at arbejde med, samt hvordan platformen fungerer. Med udgangspunkt i revolutionen der fandt sted i februar, 2014 i Ukraine, foretog Manovich en gennemgribende undersøgelse af, hvordan exceptionelle begivenheder reflekteres i form af det brugergenererede materiale, der deles på Instagram. Dette er for at finde ud af, hvad visuelle sociale medier kan fortælle om tusinder af almindelige menneskers oplevelser i en periode med social omvæltning. Her blev der fokuseret på hovedstaden Kiev. Manovich forklarer, at hvis man fokuserede på nyhedsbillederne, offentliggjort under revolutionen, ville helle byen blive reduceret til, hvad der skete på Independence Square, men hvis man ser på alle de billeder, der blev delt på Instagram i den samme tidsperiode, ser man et meget anderledes billede. På Instagram oplever man, at det exceptionelle og hverdagen sameksisterer. På Instagram uploades der fortsat selfies og andre fotografier af det daglige liv, på lige fod med at der uploades fotografier af revolutionens begivenheder. Det almindelige liv fortsætter på Instagram, siger Manovich.²⁷ Ved den samme undersøgelse viser han også, at tilføjelsen af mange tags (hashtag osv.) sikrer, at Instagramopslagene bliver delt med så mange som muligt og bliver lettere søgbare for forskellige fællesskaber på Instagram. Dette viser han, ved at påpege brugen af det samme hashtag, men på forskellige sprog. Dette deler ikke kun opslaget over flere sprogbarrierer. Manovich har observeret, at tilføjelsen af flere tags også fungerer som at tilføje betydning til fotografiet. Tags siger altså noget om det uploadede fotografi, man ikke ville kunne få ud af at observerer fotografiet alene.²⁸

Med udgangspunkt i 16 storbyer fra hele verden, med et befolkningstal på over en million, foretog Manovich i selskab med andre en andet gennemgribende undersøgelse af, hvilken typer motiver,

²⁶ Arkivformidling, "Archives around the world on Instagram". Opdateret i december 2018 af Bente Jensen, <https://arkivformidling.wordpress.com/archives-in-the-world-on-instagram/> - Besøgt d. 12-02-2019

²⁷ L. Manovich, A. Tifentale, M. Yazdani og J. Chow, "The Exceptional and the Everyday: 144 hours in Kyiv", 2014 *IEEE International Conference on Big Data (Big Data)*, 2014, http://manovich.net/content/04-projects/084-kiev-article/sk219_1225.pdf - s. 77

²⁸ Manovich, Tifentale, Yazdani og Chow, "The Exceptional and the Everyday" - s. 82

der uploades på Instagram. I bestemte perioder indsamledes alle uploadede fotografier fra disse billeder til analyse.²⁹ Dette blev til over 15 millioner fotografier over en periode fra 2012-2015 fra alle 16 byer. Ud fra disse kunne Manovich konstatere, at størstedelen af motiverne følger et koncept kaldet *home mode*, hvilket betyder at brugerne oftest deler fotografier og videoklip af emner såsom fødselsdage og feriemotiver. Det indsamlede materiale reflekterer desuden, at størstedelen af Instagrambrugerne uploader fotografier, der er af interesse for fotografen selv, dennes venner og familie eller dennes yderligere omgangskreds. Ikke til vildt fremmede individer. Manovich pointerer her, at brugerne selvfølgelig ikke har noget imod at modtage mange likes, eller at mange individer følger dem på Instagram, men det er ikke det primære formål, med det uploadede materiale.³⁰

Under dette projekt, inddelte Manovich og hans team fotografierne i tre motivtyper: *Casual*, *Professional* og *Design*. Disse motivtyper blev valgt, da de er behjælpelige til at undersøge kontinuitet og forskelle imellem Instagram fotografier og tidligere perioder i fotografiets historie. Med udgangspunkt i byen London fandt man ud af, at 80 % af motiverne var *Casual*, 11 % var *Professional* og 9 % var *Design*. Det indsamlede materiale fra London var blevet delt af londonere og besøgende til byen fra hele verden, og på trods af at fordelingen kan variere fra by til by, så mener Manovich alligevel af denne fordeling af motivtyper, siger meget om hvilke typer fotografier, der bliver uploadet på Instagram.³¹

Casual fotografier har til formål at dele og dokumenterer en oplevelse, en situation eller til at portrættere et individ eller en gruppe mennesker. Denne type fotografier er meget lignende i indhold og funktion som ses hos *home mode* fotografier fra tidligere perioder, men Instagram intensiverer denne funktion. Æstetisk set, fra professionelle fotografers perspektiv, er disse fotografier dårlige, da der ikke tages hensyn til kontrast, toner, farver, komposition eller lignende. Om dette er bevidst eller ubevidst hos de enkelte Instagrambrugere vides ikke.³² Hvad angår *Professional fotografier*, så menes der ikke fotografier, der er taget af professionelle fotografer, der har gået på fotografskoler eller tjener penge på fotografering. Det professionelle element her, referer til den systematiske brug af regler for et godt fotografi af Instagrambrugere, uanset om brugerne kender til disse regler eller

²⁹ Lev Manovich, "Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 1", fra *Instagram Book*. Udgivet i 2016. Internetadresse: http://manovich.net/content/04-projects/091-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-1/lm_instagram_article_part_1_final.pdf - s. 3

³⁰ Manovich, "Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 1", s. 5-6

³¹ Manovich, "Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 1", s. 15

³² Manovich, "Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 1", s. 16

bare efterligner dem.³³ *Design fotografier* er fotografier der er blevet arrangeret og redigeret til at have et distinkt stiliseret udseende, der er karakteriseret af moderne grafisk design. Forskellige visuelle strategier kan anvendes til at opnå denne type fotografi og det kan variere fra land til land og fra fotograf til fotograf.³⁴

Manovich forklarer, at *Casual* fotografi er den mest anvendte type på Instagram og at disse fotografiers motiver er domineret af den menneskelige verden, i kontrast til professionelle fotografier på mediet Flickr eller i fotografikonkurrencer, der er domineret af natur- og bymotiver. Han pointerer her, at de fleste Instagrambrugere har en tendens til at bo i storbyer eller besøger disse byer ofte, hvormed fotografierne på Instagram har en større tendens til at afbillede aktiviteter og individer inde i byerne, frem for derhjemme.³⁵ Her kan vi se endnu en årsag til, hvorfor arkiverne, og andre kulturinstitutioner, skulle have haft interesse i Flickr som udgangspunkt, da fotografierne er mere professionelt udført og motiverne er mere fokuserede på de lokale byrum og naturen. Målet med at anvende de sociale medier som indsamlingsplatform er dog, at inddrage så mange brugere som muligt til fællesskabelse af visuel dokumentation af kulturarv, hvormed brugerantallet og platformens popularitet spiller en stor rolle.

Manovich forklarer, at undersøgelserne viser, at motiverne på fotografierne, der uploades på Instagram, varierer væsentligt fra by til by, og at disse yderligere kan variere i forskellige områder indenfor hver by. Resultaterne for Manovichs undersøgelser fortæller altså, at ligesom at fotografierne på Instagram kan have forskellige typer af æstetik, såsom *Casual*, *Professional* og *Design*, så er de populære emner for fotografiernes motiver heller ikke universelle, men derimod skifter fra område til område.³⁶

Udfordringer ved og kritik af brugen af Instagram på arkiver

I Jensens artikel ”Instagram in the Photo Archives Curation, Participation, and Documentation through Social Media” præsenterer hun også kritikken af at indsamle denne type fotografier. Den største kritik på området er opgøret med den tidligere indsamlingspraksis, der favoriserede de professionelle fotografers samlinger. Den digitale udvikling og de sociale medier har gjort det muligt at sammenligne og blande fotografier fra professionelle så vel som ikke-professionelle

³³ Lev Manovich, ”Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 2”, fra *Instagram Book*. Udgivet i 2016. Internetadresse: http://manovich.net/content/04-projects/092-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-2/lm_instagram_article_part_2_edited.pdf – s. 10-11

³⁴ Manovich, ”Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 2”, s. 16-22

³⁵ Manovich, ”Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 2”, s. 14

³⁶ Manovich, ”Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 2”, s. 15-16

fotografer på den samme platform. Dette betyder, at hvert enkelt arkivs værdisætning af og holdning til såkaldte hverdagsfotografier eller snapshots bliver intensiveret, især ang. emner såsom kvalitet og æstetik. De professionelle fotografers arbejde bliver udfordret i medierne af hverdagsfotografer med en smartphone.³⁷ Jensen pointerer, at der er forskere, såsom Heikka og Rastenberger fra The Finnish Museum of Photography, der argumenterer for, at hverdagsfotografier og snapshots altid kun har været en social ting og at professionelle fotografer eller medlemmer af en klub for fotografer, der praktiserer kunsthøjfotografering, har forsøgt at distancerer sig fra dette fænomen for at klarlægge forskellen på de professionelle og det ikke-professionelle fotografier.³⁸ Her argumenterer Jensen for, at både hverdagsfotografier og professionelle fotografier er relevante for arkivindsamling: *"The focus of photographs in historical archives is not only about art and aesthetics but about documentation and what we see is a massive documentation of the landscape and life."*³⁹ Det er altså dokumentationsværdien der skal være i fokus på historiske arkiver, ifølge Jensen, hvormed det professionelle ikke skal prioriteres højere end motivet og dets kontekst. Jensen henviser også til den svenske forsker Karin Becker, der forklarer, at manglen på fokus og den tilfældige rammesætning på snapshots og hverdagsfotografier i nyere tid er blevet accepteret som et tegn på, at fotografiet har validitet som repræsentation af en begivenhed og værdsættes for fotografens perspektiv.⁴⁰ De visuelle aspekter der tidligere blev anset som tegn på mangel på kontrol eller inkompetence hos fotografens evner, anses i dag for at være tegn på tilstedeværelse ved begivenhederne, der optages på fotografierne. Jensen opmuntrer arkiver med lokale tilknytninger til at redefinerer deres indsamlingsstrategier, hvis de ønsker at følge med disse udviklinger.⁴¹ Her er det vigtigt at huske, at Aalborg Stadsarkiv, som Jensen arbejder på, ikke kun er et kommunalt §7 arkiv men også et lokalhistorisk arkiv, der har interesse i at bevare ikke kun dokumentation af byens udseende men også måden hvorpå denne er blevet dokumenteret, dvs. hvordan billederne er blevet optaget og delt.

Jensen argumenterer også for at kritikken af teknologien brugt til at tage disse hverdagsfotografier, smartphones, ikke er et stærkt argument mere, da smartphonekameraer i stigende grad bliver bedre

³⁷ Jensen, "Instagram in the Photo Archives" - s. 8

³⁸ Heikka, Elina and Rastenberger, Anna-Kaisa. "The Best Thing Ever: Snapshot Culture and Aesthetics in Fine-Art Photography" i Lehmuskallio, Asko et al (eds.). *Snapshot, Cameras amongst us*. 2014. The Finnish Museum of Photography, s. 37 – 40. – s. 37

³⁹ Jensen, "Instagram in the Photo Archives" s. 8

⁴⁰ Becker, Karin. "Photography in the Age of Screen Culture" I: Lehmuskallio, Asko et al (eds.). *Snapshot, Cameras amongst us*. 2014. The Finnish Museum of Photography, s. 17 – 21.

⁴¹ Jensen, "Instagram in the Photo Archives" - s. 9

og generelt møder de tekniske standarder, hvad angår kvalitet. I forhold til fotografiernes størrelse fremhæver Jensen også teknologiens udvikling, da de digitale fotografier primært bliver vist frem på en skærm og at det er de færreste fotografier der rent faktisk bliver printet ud.⁴² At anskue fotografier som digitale filer, der er beregnet til at blive set på en skærm, kræver ligeledes en ændring i arkivernes praktisering af fotografibevaring, indsamling og fremvisning, da disse praksisser i høj grad stadig er præget af et fysisk element. Jensen argumenterer desuden for, at fotografiets rolle og anvendelse på Instagram er endnu et argument for, at nye indsamlingspraksisser er behovet, da det ikke kun er fotografiets motiv og ophav der er interessant at bevare, men også dets kontekst,⁴³ altså samtalen fotografiet indgår i og de anvendte tags fotografiet er knyttet til, skal tilføjes til fotografiets metadata. Denne type metadata er der nemlig ikke blevet taget højde for tidligere.

Jensen slutter artiklen af med at klarificerer, at de casestudier, hendes forskning er baseret på, ikke havde nogen egentlig strategi eller metode at følge, da de blev udført på Instagram. Disse casestudier bevægede sig indenfor et eksperimentalt felt, som kunne bidrage til forståelsen og udviklingen af nye arkivfaglige arbejdspraksisser til indsamling og bevaring af fotografier via sociale medier.⁴⁴ Jensen argumenterer altså for, at Instagram er en brugbar platform til indsamling af sociale digitale fotografier, og at der er et behov for at udvikle arbejdspraksisser, der er bedre tilpasset brug af de sociale medier, og fotografiernes nye kommunikative rolle på disse medier.

Fundamentale kerneværdier indenfor arkivfaget bliver udfordret med tilblivelsen og anvendelsen af nye digitale platforme, såsom de sociale medier der her er blevet præsenteret. Natalie Pang, der er seniorforsker hos IPS Social Lab ved The Institute of Policy Studies, har forsket i de sociale mediers påvirkning af arkivfagets partcipatoriske praksisser, samfundsroller og kerneværdier. Hun påstår, at med introduktionen af sociale medier i starten af 2000'erne har arkiver udviklet sig til at være mere end fysiske eller digitale enheder. Ifølge Pang er arkiverne nu også karakteriseret af socialiseringer og netværker, der aktivt bidrager til at betegne kulturarvs værdi. De nye digitale medier intensiverer en demokratiserende kultur, hvor flere er med til at definere og bestemme, hvad der skal huskes.⁴⁵ De partcipatoriske arkiver er altså ifølge Pang en social enhed, i kraft af deres inddragelse af brugerne i arkivpraksisserne, og de sociale medier bidrager til denne nye

⁴² Jensen, "Instagram in the Photo Archives" - s. 9

⁴³ Jensen, "Instagram in the Photo Archives" - s. 9

⁴⁴ Jensen, "Instagram in the Photo Archives" - s. 9

⁴⁵ Natalie Pang, Kai Khiun Liew og Brenda Chan, "Participatory archives in a world of ubiquitous media", i *Archives and Manuscripts*, 42:1, 2014, 1-4 – s. 1

arbejdspraksis. Pang påpeger at arkivforskere som Schwartz og Cook allerede har pointeret, at arkiver har magten til at forme, hvad der skal huskes om fortiden, hvad der har betydning i nutiden og for eftertiden. Pang argumenterer for, at skiftet i arkivpraksisser og privilegiers fokus fra at være rettet imod institutioner til individer understreger forandringerne i magtforholdet i samtidens arkivkultur, hvad angår at skabe opmærksomhed og udøve sin indflydelse på sociale aktører og politiske magter i samfundet.⁴⁶ Pang anslår, at fundamentale og praktiske spørgsmål bliver stillet, som konsekvens af denne udvikling, om arkivarens rolle(r), de eksisterende praksisser og hvordan man skal forholde sig til det Pang refererer til som kaosset der karakteriserer de nye *vilde* arkiver der opstår på sociale digitale platforme uden ordentlig struktureret metadata. Vigtigheden af at forholde sig til, hvad samtidens medier betyder for arkivfaget i dag, med dets stigende kompleksitet der følger med den teknologiske innovation og bredere sociale udvikling på feltet, er vigtig for arkivfagets fremtid ifølge Pang.⁴⁷ De nye roller og medier, som arkiverne karakteriserer sig med og benytter sig af i dag, skaber generelt et behov for at genoverveje og tilpasse arkivernes arbejdspraksisser, da nye platforme og et større fokus på brugerne skaber nye rammer og forhold, som arkiverne skal tage hensyn til og skal kunne anvende korrekt for at opnå den ønskede kommunikation og praksis.

Hvad angår brug af sociale medier til indsamling af fotografier på arkiverne, så er der visse bekymringer knyttet til arkivets ansvar for at sikre fotografierne troværdighed. Dette er et emne arkivforsker Jessica Bushey er anerkendt for og behandler i sin artikel "Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms.". I denne artikel arbejder hun ud fra et journalistisk og arkivfagligt synspunkt til at analyserer troværdigheden ved online digitalt indhold på sociale medieplatforme, såsom fotografier. Bushey anslår, at indenfor nyere tid har tilgængeligheden af billige mobiltelefoner med højopløsningskameraer kombineret med hurtig internetforbindelse til hele kloden skabt en ny form for visuel reportage, Bushey kalder for citizen journalisme (borger journalistik), som er præget af fotografens ikke-professionelle status og disses deltagende natur og involvering i offentlige begivenheder. Disse nye fotografier bliver delt på sociale medieplatforme, der er bygget til fotografi- og videoklipsdeling, såsom Instagram, Facebook og Twitter, hvor de kan gemmes, deles og genfindes. Ifølge Bushey er arkiver interesseret i at bevare fotografierne fra de sociale medier for eftertiden, eftersom at disse i stigende grad bliver anset af både arkivarer og journalister, som værende tæt knyttet til virkeligheden, idet de er blevet

⁴⁶ Pang, Khiun Liew og Chan, "Participatory archives in a world of ubiquitous media" – s. 2

⁴⁷ Pang, Khiun Liew og Chan, "Participatory archives in a world of ubiquitous media" – s. 2

optaget og delt på begivenhedstidspunktet.⁴⁸ Her fremhæver Bushey vigtigheden af at sikre disse digitale fotografiers troværdighed indenfor arkivfaget og til dette formål at tilpasse arkivfagets arbejdspraksisser til de nye medietyper. Arkivaliernes troværdighed er arkivernes mærkevare, hvormed at brugerne trygt kan benytte arkivets arkivalier, uden frygt for svindel eller forfalskninger. Bushey beskriver dette som en nødvendighed, da de digitale netværksbaserede miljøer er mere flygtige og det digitale materiale er mere sårbart overfor uforsætligt tab, redigering og korruption under ellers rutineprægede aktiviteter, foretaget af skaberen og arkivaren.⁴⁹ Det er altså blevet anerkendt, at der er behov for nye arbejdspraksisser, der er bedre tilpasset digitale platforme og arkivalier, indenfor arkivfaget og arkivernes strategier.

Bushey forklarer, at samtidens fotograferingspraksis, som den ses ud fra borger journalistikkens aktiviteter, er baseret på kameratelefoner og direkte upload til sociale medieplatforme. Hun påpeger, at hastigheden og mobiliteten der karakteriserer tilfældig og borger journalistisk aktivitet giver ikke megen plads til back-up procedurer på de eksterne medier eller uddybende tilføjelse af metadata til fotografier, inden de bliver offentliggjort, hvormed sikringen af fotografiernes troværdighed kan være vanskelig at sikre. De specifikke lovmæssige vanskeligheder, der identificeres i forbindelse med arkivets indsamlingsarbejde, er ophavsret og love der beskytter individers privatliv. Disse to love er, ifølge Bushey, påvirket af nye teknologier, offentlighedens forventninger og fri tilgængelighed og generelt love, der er bedre tilpasset et papirmiljø end et digitalt. Dette komplicerer tingene når man forsøger at overføre disse love til de sociale medieplatforme. Hun pointerer, at dette bl.a. skyldes at digitale fotografier, der er blevet uploaded på de sociale medieplatforme, kan blive delt med millioner af andre individer i løbet af få minutter. Mange udbydere af disse platforme og deres brugere har påtaget sig holdningen, at sociale mediers indhold hører inde under det offentlige domæne, og at det derfor er i orden, at genbruge indholdet som det passer dem.⁵⁰ Denne konsensus ville være ideel med tanke på, at arkiver bare kunne bevare, hvad de havde lyst til, men dette bryder med copyrightreglerne, som skal overholdes og det bryder med proveniensprincippet, som arkivfagets organiseringssystem er bygget på. Hvis man kombinerer dette med manglen på tilføjelse af metadata til de uploadede digitale fotografier, bliver det klarer og klarer, at de traditionelle arbejdspraksisser for indsamling og bevaring af fotografier eller andet

⁴⁸ Bushey, Jessica. "Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms." Artikel præsentation ved 48th Hawaii International Conference on Systems Sciences (HICSS), Kauai, Hawaii. 5.-8. Januar. 2015. – s. 1553

⁴⁹ Bushey, "Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms.", s. 1558

⁵⁰ Bushey, "Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms.", s. 1559

materiale, på arkiver, har behov for en revurdering og tilpasning til de nye medieplatforme. Med disse problematikker in mente argumenterer Bushey for, at hvis man på arkiver fortsat vil kunne indsamle digitale arkivalier og fortsat kunne sikre arkivaliernes troværdige til fremtidig brug, er disse brud med den traditionelle forståelse for ejerskab og privatliv nødt til at blive håndteret og tilpasset nye arbejdspraksisser.⁵¹

Til slut udformer Bushey 5 anbefalinger for, hvordan individer, der benytter sig af sociale medier, bør handle, for at sikre sig, at deres fotografier forbliver troværdige. Disse anbefalinger er dog rettet imod fotografen (borger journalisten), ikke arkivet, hvilket efterlader spørgsmål til, hvad arkivet skal gøre.⁵² Disse anbefalinger klarificerer heller ikke med hvilke arbejdspraksisser arkiverne skal indsamle materialet. Anbefalingerne gør det dog klart, at en stærk kommunikation med brugerne på de sociale medier er vigtig for at sikre, at det indsamlede materiale har tilkoblet den rigtig mængde metadata og har det rigtige format til bevaring. Desuden så er det vigtigt at bemærke, at Bushey's anbefalinger er lavet ud fra antagelsen, at alle brugere bliver borgerlige journalister med vilje og derfor vil tage hensyn til disse anbefalinger og forhold. Her er det vigtigt at huske, at mange folk uploader kun fotografier eller videoklip for deres egen skyld og er uvidende, hvorvidt andre ønsker at bevare det uploadede materiale. Det er derfor vigtigt, efter min mening, at man på arkiver ikke antager, at brugerne vil tage kontakt til arkivet og iværksætte en aftale, men at de derimod skal gøres opmærksomme på, at arkivet har interesse for brugerens fotografier, ligesom Bente Jensen nævner det i sin artikel.

Dette speciale skriver sig ind i et forskningsfelt, der stadig har behov for at udvikle egentlige arbejdspraksisser. Det er udviklingen af disse arbejdspraksisser, jeg vil forsøge at bidrage til med dette speciale.

⁵¹ Bushey, "Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms.", s. 1560

⁵² Bushey, "Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms.", s. 1561

Problemformulering

”Hvad kan en analyse og diskussion af erfaringspraksisserne bag forskellige danske indsamlingsprojekter formidle om den praktiske brug af Instagram som indsamlingsplatform af sociale digitale fotografier?”

Afgrænsning

Dette speciale har fokus på det praktiske ved at benytte et socialt medie som indsamlingsplatform. Til dette speciale vil der derfor være fokus på at analysere de metodiske overvejelser og resultaterne ved indsamlingsprojekter med et socialt medie som indsamlingsplatform. Det brugte sociale medie til disse er Instagram. Den anvendte litteratur dækker derfor både brugen af sociale medier generelt og Instagram specifikt til arkivpraksisser. Til dette speciale vil der være fokus på indsamling af fotografisk dokumentation af byrum eller bymiljøer som eksempel på en fotografiindsamling. Dette skyldtes, emnet der lå til grund for de to nye indsamlingsprojekter, der analyseres i dette speciale, hvilket var Aalborgs byrum.

Det skal her fremhæves, at specialet ikke vil have fokus på de teknologiske redskaber til fysisk eller digitalt at indsamle fotografierne, men derimod at lave en opsamling af de praktiske erfaringer med at finde og udvælge disse på Instagram, baseret på erfaringspraksisser. Erfaringspraksisser skal i dette speciale forstås, som praksisser der er baseret på det specifikke arkiv eller arkivars praktiske erfaringer med et medie, frem for at være en praksis baseret på en videnskabelig metode. Det vil dog blive berørt i forskningsoversigten, da de teknologiske rammer for indsamlingsarbejdet er relevante for udviklingen af brugbare indsamlingspraksisser.

De to nye indsamlingsprojekter, der analyseres i dette speciale hedder hhv. *#weloveaalborg* og *Aalborg – Hashtag vs. Geotag*. Begge projekter blev foretaget på Aalborg Stadsarkiv i efteråret 2018, hvor jeg var indblandet i forbindelse med min praktikplads på dette sted, med arkivar Bente Jensen som min kontaktperson og mentor. Disse erfaringspraksisser indgår i et nordisk forskningsprojekt kaldet *Collecting Social Photo*, hvor nordiske museer og arkiver arbejder sammen, om at forske i nye arbejdspraksisser ang. fotografiindsamling ved brug af sociale medier. Projektets forskning baseres på casestudier og erfaringspraksisser, fordi brug af sociale medier og

brug af disse til indsamling stadig er et eksperimenterende felt, hvormed videnskabelige metoder og arbejdspraksisser stadig mangler.⁵³

De to forskellige praksisser og tilgange til Instagram inddrages i dette speciales analyse, sammen med tidligere cases for at undersøge de praktiske muligheder, der eksisterer for at etablerer Instagram som en indsamlingsplatform og udviklingen af arbejdspraksisser til brug af Instagram på arkiver til fotografi indsamling. Ved at analyserer forskellige indsamlingsforsøgs erfaringspraksisser og resultater, vil det i dette speciale blive forsøgt klargjort, hvordan arkiver kan udnytte mulighederne for at genfinde og indsamle relevante fotografier via hashtags og geotags på Instagram, med henblik på at bevare fotografisk dokumentation af byrum på arkiverne. Til dette formål, vil tidligere casestudier, hvor fotografier er forsøgt indsamlet via Instagram, også blive analyseret og diskuteret. Sammenspillet imellem formidling, kommunikation og indsamling på Instagram vil blive taget op i dette speciale, da kommunikation har en vigtig rolle, hvad angår kontakt og motivation hos brugerne på de sociale medier.⁵⁴ I denne forbindelse vil arkivets og brugerens roller ved indsamling via sociale medier også blive taget op, da brugerdeltagende projekter kræver en klar rollefordeling, som det beskrives af Museumsdirektør Nina Simon i ”The Participatory Museum”.⁵⁵ Til dette speciale forsøger jeg at finde frem til, hvad man kan lære af erfaringspraksisser, hvilke fordele og ulemper de medfører, samt problematikker ved at indsamle fotografier fra Instagram.

⁵³ #collectingsocialphoto, “About the project”. Internetadresse: <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/about/> - Besøgt d. 28-03-2019

⁵⁴ Jensen, “Instagram in the Photo Archives” s. 1

⁵⁵ Simon, Nina “Chapter 1: Principles of Participation” i *The Participatory Museum*. 1. udg. Museum 2.0, 2010. Internetadresse: <http://www.participatorymuseum.org/chapter1/> - Besøgt d. 28.03.2019

Redegørende/definerende afsnit

For at skabe en bedre forståelse for mange af emnerne og begreberne, der er gennemgående i dette speciale, vil jeg lige kort her gøre rede for og definerer disse. Først og fremmest vil jeg redegøre for projektet *Collecting Social Photo* (forkortes herefter som: CoSoPho), som tidligere nævnt er det projekt, de to erfaringspraksisser indgår i, hvormed konteksten har relevans for dette speciale.

Herefter vil jeg redegøre for, hvad for et medie Instagram er, da det er det anvendte sociale medie til dette speciale. I forlængelse af dette vil jeg definere begreberne: tagging og social digital fotografi, da disse begreber har betydning for forståelsen for, hvordan Instagram fungerer og hvilken slags fotografier og kommunikation der anvendes på mediet.

Collecting Social Photo

CoSoPho er et treårigt nordisk forskningsprojekt, der har som hovedformål at udvikle nye arbejdspraksisser til at indsamle og udbrede de flygtige hverdagsfotografier fra sociale medier på kulturarvsinstitutioner. Projektet ledes af Nordiska Museet, med museumslederen Kajsa Hartig som projektmanager.⁵⁶

Projektets arbejder ud fra antagelsen, at fotografiets rolle har ændret sig drastisk, som produkt af at verdenen i stigende grad er blevet social og digital, hvilket har stor betydning for museer og arkivers arbejde med fotografiindsamling og samlinger. CoSoPho uddyber, at fotografier hovedsageligt er at finde på de sociale medier og internettet i dag, samt på mobiltelefoner, hvor det kun er fotografen selv, der ser dem. Fotografier er ikke længere kun skabt til at bevare minder, men også til at kommunikerer hvad der sker i nutiden. De er samtidig blevet lettere disponible og bevares ikke på samme måde som tidligere.⁵⁷

Projektets problemstilling fokuserer derfor på, hvordan museerne og arkiverne skal forholde sig til fotografiets nye rolle i deres indsamlingsarbejde. Det beskrives her, at der er et behov, for at skabe nye arbejdspraksisser for at kunne indsamle og bevare nutidige fotografier via sociale medier, uden at disses nye flygtige, kommunikative og sociale egenskaber går tabt i processen.⁵⁸

Ud over Kajsa Hartig, består projektets hold af Elisabeth Boogh fra Stockholm Läns Museum, Anni Wallenius fra The Finnish Museum of Photography, og Bente Jensen fra Aalborg Stadsarkiv.

⁵⁶ #collectingsocialphoto, "About the project"

⁵⁷ #collectingsocialphoto, "About the project"

⁵⁸ #collectingsocialphoto, "About the project"

Projektets forskningspartnere er lektor Paula Uimonen fra Social Antropologisk afdeling og Professor Anna Dahlgren fra Kunsthistorisk afdeling på Stockholms Universitet.⁵⁹

Under projektet testes forskellige indsamlingspraksisser, bygget på erfaringer, i form af en række projekter, der tjener som casestudier for projektets forskning. Målet med disse er at finde frem til arbejdspraksisser og retningslinjer, som museer og arkiver kan benytte til at indsamle digitale fotografier fra sociale medier, og at udvikle omfattende anbefalinger til indsamling og udbredelse af fotografisamlinger.⁶⁰ Et andet aspekt af projektet består af at udvikle arbejdspraksisser for at involverer flere mennesker til skabelsen og bevaringen af offentlig kulturarv igennem brugerdeltagelse. Et centralt led i projektet er at udvikle prototyper af interfaces til indsamling af sociale digitale fotografier online. Hertil forsøges det at skabe nye måder at vise fotografisamlinger online.⁶¹

Instagram

Instagram er en social medieplatform, der blev grundlagt i 2010. Det er en gratis fotodelings applikation, der gør det muligt for brugerne at lave opslag med fotografier og meget korte videoklip, og dele dem, ikke kun med andre brugere på Instagram, men også på tværs af andre sociale medieplatforme. Instagram var det første sociale medie med indbyggede digitale filtre, hvormed brugerne kunne give deres fotografier et mere professionelt udseende.⁶² Begrebet *fotodeling* i sig selv betyder at uploade og offentliggøre digitale fotografier på et online netværk. Tags kan tilføjes af fotografen selv og af andre brugere og andre brugere kan også dele og kommenterer på eksisterende opslag.⁶³ I dag er der over en milliard aktive brugere på Instagram og mere end 500 millioner brugere er aktive på platformen hver eneste dag ifølge Instagrams egne offentlige statistikker.⁶⁴ Instagram er en åben platform, og den kan benyttes på forskellige måder med forskellige formål. Siden grundlæggelsen i 2010 er Instagram blevet brugt som en vigtig ressource for journalister til at holde øje med ikke kun relevant billedmateriale, men også potentielle historier

⁵⁹ #collectingsocialphoto, "About the project"

⁶⁰ #collectingsocialphoto, "Case studies", <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/case-studies/> - Besøgt d. 30-05-2019

⁶¹ #collectingsocialphoto, "About the project"

⁶² "Instagram" i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-643?rskey=ZqZ9bq&result=2> - Besøgt d. 30-05-2019

⁶³ "photosharing (photo sharing)" i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-1092?rskey=ZqZ9bq&result=9> - Besøgt d. 30-05-2019

⁶⁴ Instagram-press, "Info Center", <https://instagram-press.com/our-story/> - Besøgt d. 30-05-2019

eller skandaler om hvad eller hvem der bliver lavet oplæg om.⁶⁵ Pressefotografering har tidligere været forbeholdt professionelle fotografer, men siden Instagrams tilblivelse, har dette ændret sig, da de brugergenererede fotografier anses for at være realistiske og tættere på begivenhederne, da de bliver taget og uploadet på begivenhedstidspunktet.⁶⁶ Ligesom sine modparter, Facebook og Twitter, er hovedformålet med platformen at skrive kommentarer og observationer om brugerne selv, om andre og om verden omkring dem. Mange brugere anvender platformen til at socialiserer, organiserer sociale begivenheder og sammenkomster, skabe nye bekendtskaber og til at uploade fotografier og videoer.⁶⁷

Tagging

Tagging er et begreb man bruger indenfor online internetaktivitet, der omfatter tilføjelsen af emneord eller nøgleord til online materiale. I tilfældet med Instagram er materialet de opslag med fotografier og videoer, som brugerne uploader. Tags tilføjes generelt for at kunne kategorisere forskelligt materiale eller indhold efter emner online. På sociale medier kan de have en uddybende effekt i forhold til det uploadede fotografi eller videoklip, eller være en tilføjelse af metadata. Dette kan gøres både af den originale bruger der har uploadet materialet eller af andre brugere på Instagram.⁶⁸ Der er forskellige former for tags man kan bruge og de kan have forskellige formål. Her vil jeg kort definere hvad hhv. et hashtag og et geotag er.

Hashtag

Et hashtag er en slags etikette eller et nøgleord med et hashtegn (#) sat foran. Det anvendes ofte på sociale medier, for at forbinde opslag og beskeder med et bestemt emne. Hashtags kan også bruges til at tilknytte en bestemt følelse eller mening til det opslag man selv uploader eller i en kommentar til en anden brugers oplæg.⁶⁹ Disse kan være hjemmelavede eller allerede eksisterer. På Instagram

⁶⁵ "Instagram" i *A Dictionary of Journalism*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-666?rskey=ZqZ9bq&result=1> – Besøgt d. 30-05-2019

⁶⁶ Boogh og Díaz, *Bilder för framtiden*, s. 44-45

⁶⁷ "social media" i *A Dictionary of Gangs*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191845611.001.0001/acref-9780191845611-e-232?rskey=ZqZ9bq&result=13> – Besøgt d. 30-05-2019

⁶⁸ "tag" i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-1578> – Besøgt d. 30-05-2019

⁶⁹ "hashtag" i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-579?rskey=ZqZ9bq&result=11> – Besøgt d. 30-05-2019

er det muligt at bruge et hashtag til at søge, genfinde og evt. sorterer opslag efter relevans. Eks. #sarcasm⁷⁰ eller #agreed.⁷¹

Geotag

Et geotag er tilføjelsen af metadata om en lokation tilknyttet til et medie, som eksempelvis et opslag, et fotografi, en video eller andet.⁷² Et geotag kan være genereret af den teknologi som man har taget et fotografi eller optaget en video med, såsom en mobiltelefon med adgang til en gps-applikation, hvor geotagget er at finde i mediets metadata. Et geotag kan også være tilføjet af brugere på sociale medier, når de laver et opslag eller uploader et fotografi eller videoklip.⁷³

Ligesom med et hashtag kan et geotag bruges til at søge, genfinde og evt. sorterer efter bestemte opslag, men da begge tilfælde er valgfrie, det vil sige at fordi disse typer tags ofte er brugergenererede, kan man ikke forvente at alle opslag med relevans for en bestemt søgning bliver vist, fordi brugere ikke har tilføjet et bestemt hashtag eller geotag. Tags er også meget subjektive, hvormed en søgning via et tag også kan genfinde opslag, man, som bruger, ikke er interesseret i.

Social digital fotografi

Digitale fotografier er kort og godt, fotografiske billeder skabt af et digitalt kamera. Med dette menes der, at et digitalt fotografi skabes, ved at sensorer konverterer lyset fra linsen til elektriske ladninger, som bliver digitaliseret og gemt på kameraets hukommelseskort, bedst kendt på sit engelsk navn: et *memorycard*, i form af en digital fil.⁷⁴ Hvad der karakteriserer et socialt digitalt fotografi, er at det digitale fotografi indgår i en social kontekst, frem for at indfange konteksten indenfor sin egen ramme, ligesom det er tilfældet hos analoge fotografier. Dette sociale aspekt er specielt tydeligt på sociale medieplatforme som Instagram og Snapchat, hvor digitale fotografier indgår i en dialog frem for kun at fremvise et motiv. Lisa Ehlin, der er tidligere Ph.d.-studerende ved Institutet for Mediestudier på Stockholms Universitet, forklarer, at man ikke får noget ud af

⁷⁰ Instagram.com ”#sarcasm – opdatering d. 30-05-19” <https://www.instagram.com/explore/tags/sarcasm/?hl=da> – Besøgt d. 30-05-2019

⁷¹ Instagram.com ”#agreed – opdatering d. 30-05-19” <https://www.instagram.com/explore/tags/agreed/?hl=da> – Besøgt d. 30-05-2019

⁷² “geotag” i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse: <http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-531?rsk=Zzuw3f&result=1> – Besøgt d. 30-05-2019

⁷³ “geotag” i *New Oxford American Dictionary*, Internetadresse: http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780195392883.001.0001/m_en_us1444062?rsk=Zzuw3f&result=2 – Besøgt d. 30-05-2019

⁷⁴ “digital photography” i *A Dictionary of Media and Communication*, Internetadresse: <http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191800986.001.0001/acref-9780191800986-e-709?rsk=4ry8lf&result=1> – Besøgt d. 30-05-2019

kun at fokuserer på det enkelte fotografi eller det enkelte opslag, når man arbejder med sociale digitale fotografier, fordi så mister man hele pointen. Hun uddyber, at digitale hverdagsfotografier er en del af *"the flow of life. They are not extracts from it."*⁷⁵ For eksempel så har det ikke nogen interesse, hvad man har fået til morgenmad, når man anskuer fotografiet alene. Men i en hverdags kontekst er det en del af at socialiserer med andre individer, hvormed fotografiet har en anden funktion og indgår i en større social kontekst, end det analoge fotografi kan gøre alene.⁷⁶ På de sociale medier har brugerne også mulighed for at tage og dele fotografierne. Fotografierne kommer på den måde til at indgå i forskellige sociale sammenhænge og bliver i sig selv socialt. I *"Bilder för Framtiden"* forklarer Boogh og Díaz, at navnet på den sociale medieplatform Instagram hentyder til, at digitale mobilfotografier er som visuelle telegrammer, som sendes øjeblikkeligt mellem individer og grupper, hvormed socialisering er mulig, da en samtale kan finde sted på øjeblikket uden længere ventetid på svar.⁷⁷ Boogh og Díaz argumenterer for, at de analoge printede fotografier også havde et socialt aspekt, ide de mener at fotoalbummer og de individuelle fotografier tidligere var centrale i socialiseringen, hvor man samlede sig i grupper på et fysisk sted rundt om fotografierne. Delingen af fotografier og den sociale aktivitet omkring dem, der nu finder sted på de sociale medieplatforme, betyder at fotografen og beskueren ikke længere behøver at være på det samme sted eller tidspunkt mere.⁷⁸ Det tidligere sociale aspekt er dog umuligt at bevare på arkiver, andet end som en beskrivelse af fotoalbummernes sociale kontekst i dets bevarede metadata, da dette er en del af den immaterielle kulturarv. At det sociale aspekt også er fuldt med den digitale udvikling, gør ikke bevaringen af dette lettere, men den er om muligt blevet mere håndgribelig.

Brug af Instagram på arkiver verden over

Dette speciale fokuserer på brugen af det visuelle sociale medie som en indsamlingsplatform, til indsamling af sociale digitale fotografier af byrum, men dette er kun relevant, hvis Instagram i forvejen kan anses for at være en anvendt og anvendelig sociale medieplatform på arkiver. Allerede i 2008, altså to år før Instagrams tilblivelse forklares det af Jørgen Bang og Christian Dalsgaard,

⁷⁵ Lisa Ehlin, "The state of the social digital photograph –delimitations, definitions, photography as the common denomination in a world of mixed media? Not all is new" Udgivet af #collectingsocialphoto, d. 22-02-27, <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/the-state-of-the-social-digital-photograph-delimitations-definitions-photography-as-the-common-denomination-in-a-world-of-mixed-media-not-all-is-new/> – Besøgt d. 30-05-2019

⁷⁶ Ehlin, "The state of the social digital photograph"

⁷⁷ Boogh og Díaz, *Bilder för framtiden*, s. 40

⁷⁸ Boogh og Díaz, *Bilder för framtiden*, s. 58

hhv. lektor og Post doc. ved Institut for Informations- og Medievidenskab på Aarhus Universitet, at sociale medier medfører en øget mulighed for brugerdeltagelse og -inddragelse, indenfor mange forskellige arbejdsområder, igennem social interaktion.⁷⁹ Denne kommer klarest til udtryk ved brugernes mulighed for at kommenterer på og blive svaret på forespørgsler via opslag på de sociale medier. Bang og Dalsgaard beskriver bl.a. de sociale medier som et formidlingsmedie, der hurtigt kan sprede viden og budskaber til en meget bred målgruppe, hvormed disse sociale medier er et værktøj, der også har et kommunikativt potentiale, der menes at være anvendeligt indenfor kulturinstitutioners arbejdsfelter.⁸⁰ I den nordiske antologi om arkivformidling, ”#arkivdag – relevans, medvirkning, dialog” fra 2016, kommer det klart til udtryk, at mange arkiver har inkorporeret de sociale medier, bl.a. pga. formidlings- og kommunikationsmulighederne de medfører. I artiklen ”Arkivbygningen og læsesalens rolle i en digital verden” beskrives det, at man på eksempelvis Landsarkivet i Visby, i Sverige, anvender de sociale medier til både formidling, kommunikation og vejledning til brugere, imens man på Aalborg Stadsarkiv formidler til brugerne via de sociale medier om arkivets fysiske aktiviteter. Instagram nævnes specifikt her.⁸¹ På Riksarkivet i Norge har der eksisteret en særskilt afdeling med fokus på de sociale medier siden 2010, med det præcise formål at styrke arkivets formidlingsindsats på de sociale medier.⁸² Denne antologi viser, at brugen af de sociale medier på arkiverne kan have det samme formål, men udførelsen kan være meget forskellig og det er ofte erfaringsbaseret.

Som nævnt i forskningsdiskussionen, så er arkivar Bente Jensen fortsat i gang med at udarbejde en liste over alle de arkiver i verden, der anvender Instagram. Det oprindelige formål med denne liste var at bekræfte, at Instagram er en social medieplatform, der har fundet udbredelse på arkiver verden over. Ud fra den seneste opdatering i december kan det anskues, at mindst 186 arkiver verden over anvender Instagram, som en del af deres sociale mediestrategi.⁸³ Ud fra denne liste har jeg i fællesskab med Bente Jensen foretaget en mere dybdegående undersøgelse af disse arkivers aktiviteter på Instagram, altså hvor mange opslag de har lavet til dato, samt hvilke slags opslag de

⁷⁹ Bang, Jørgen og Dalsgaard, Christian ”Digital forsknings-formidling – Kommunikative potentialer ved at anvende Web 2.0 til videnskonsstruktion” Publiceret i *Læring & Medier* (LOM) nr. 1, 2008 – s. 3-4

⁸⁰ Bang og Dalsgaard, ”Digital forsknings-formidling”, s. 22-25

⁸¹ Bente Jensen, Ann-Sofi Forsmark, Maria Larsson Östergren, ”Arkivbygningen og læsesalens rolle i en digital verden”, s. 55-73 i *#arkivdag relevans, medvirkning dialog*, ABM-media, Oslo 2016, MaritHosar, Ellen Røsjø, Bente Jensen, Charlotte S.H. Jensen, Anna Ketola og Maria Larsson Östergren (Red.) – s. 69-72

⁸² Seim, Runhild, ”Improvise, adapt, overcome! Riksarkivet i Norge og sosiale medier”, s. 205-209 i *#arkivdag – relevans, medvirkning, dialog*, ABM-media, 2016, MaritHosar, Ellen Røsjø, Bente Jensen, Charlotte S.H. Jensen, Anna Ketola og Maria Larsson Östergren (Red.) – s. 206

⁸³ Arkivformidling, ”Archives around the world on Instagram”

laver. Dette arbejde blev foretaget i november og december, 2018.⁸⁴ Ud fra de indsamlede data, kunne vi konstatere, at de ti arkiver, der har flest følgere på Instagram er:

Nr.	Arkiv	Følgere
1	Walt Disney Archives	159.000
2	The New York Times Archives	122.000
3	US National Archives	74.300
4	National Archives of Brazil	50.700
5	Arquivos Feministas	49.600
6	British Culture Archive	32.100
7	Lesbian Herstory Archives	19.600
8	Arxius d'Arquitectura a Catalunya	19.500
9	Archivo General de la Nación	18.700
10	The Autry	18.600

Tabel 1 Top 10 for antal af følgere på Instagram af arkiver fra verden over, pr. nov. og dec. 2018.

De ti arkiver der er mest aktive, med hensyn til at lave opslag (posts) er:

Nr.	Arkiv	Opslag
1	Israel Architecture Archive	2.474
2	National Film Archive Of India	2.334
3	Malmö Stadsarkiv	1.846
4	Archivo Fotografía Urbana	1.729
5	US National Archives	1.587
6	The Autry	1.488
7	Arxius d'Arquitectura a Catalunya	1.285
8	Riksarkivet Sverige	1.200
9	Archivo El-Nacional	1.081
10	The Postal Museum	1.078

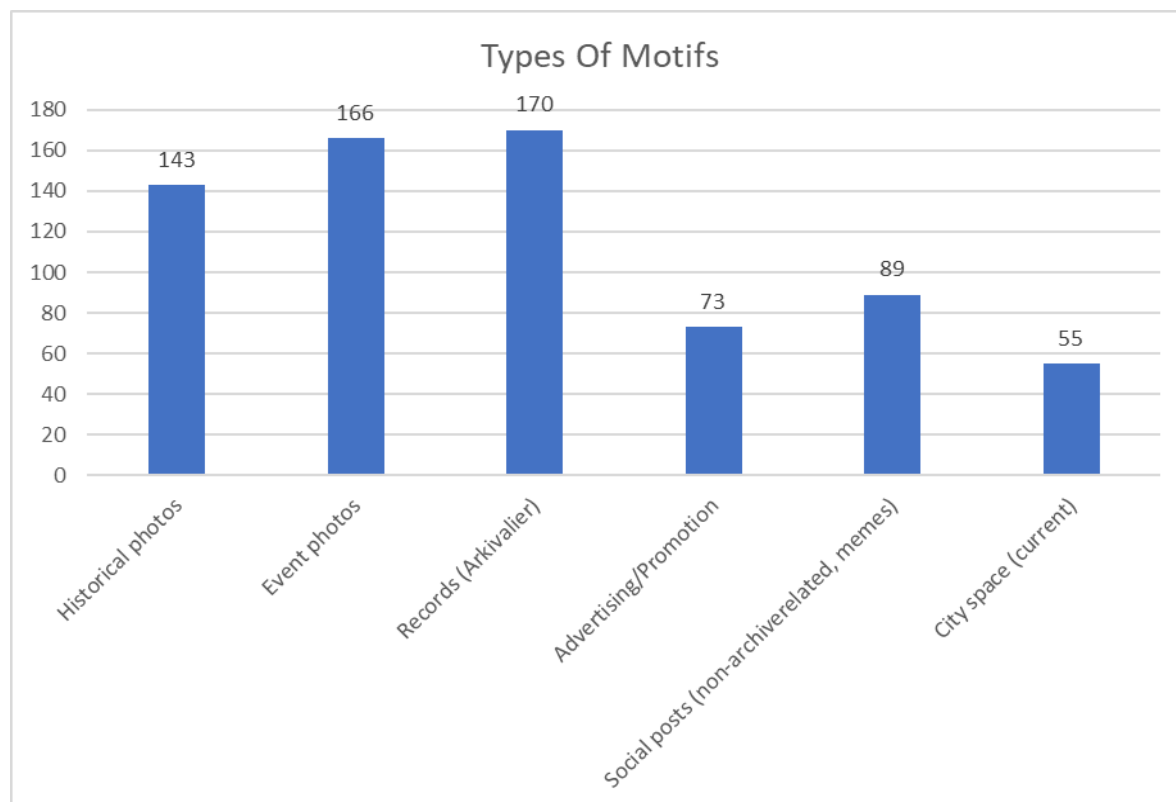
Tabel 2 Top 10 for antal af opslag på Instagram af arkiver fra verden over, pr. nov. og dec. 2018.

Her kan det tydeligt ses, at de arkiver der har flest følgere, ikke nødvendigvis er de samme der er mest aktive på Instagram. Der er imidlertid tre arkiver der går igen, og dermed kan siges at have mange følgere, såvel som at være nogen af de mest aktive på Instagram: US National Archives, The Autry og Arxius d'Arquitectura a Catalunya. Hvor US National Archives ligger som nummer 3 i

⁸⁴ Bilag 1

forhold til følgere, ligger arkivet nummer 5 i forhold til antallet af opslag. The Autry er nummer 10 i forhold til antallet af følgere, imens arkivet ligger på nummer 6 i forhold til antallet af opslag. Arxius d'Arquitectura a Catalunya er nummer 8 i forhold til antallet af følgere, og ligger som nummer 7 i forhold til antallet af opslag.

Med hensyn til hvilken slags opslag arkiverne laver på Instagram, og dermed hvilke emner de beskæftiger sig med, kan vi se på følgende graf:



Figur 1 Typer af motiver der anvendes på opslag på Instagram af arkiver fra verden over, pr. nov. og dec. 2018

Det kan her konstateres, at arkiver fokuserer på at formidle om, hvilke materialer, de forskellige arkiver er i besiddelse af, kommunikation om aktiviteter, der finder sted på arkiverne eller arkiverne selv deltager i, samt formidling om historiske fotografier fra arkivernes egne samlinger.

Præsentation af Casestudier

De følgende casestudier er blevet valgt med henblik på at besvare dette speciales problemformulering, ikke kun ud fra egne erfaringer med Instagram som en platform til fotografiindsamling, men også ud fra andre kulturinstitutioners erfaringer med dette stadigt meget eksperimenterende felt.

#weloveaalborg

Denne kampagne inddrages som case, fordi udførelsen af denne var et produkt af allerede-etablerede erfaringer med Instagram som indsamlingsplatform på Aalborg Stadsarkiv, samt et produkt af erfaringer fra andre kulturinstitutioner. Denne case vil dermed være en relevant kilde til viden om, hvordan tidligere erfaringer har været med til at forme kampagnens udførelse, samt hvilke nye erfaringer dette har medført. Jeg var desuden selv involveret i denne, og dermed har mulighed for at inddrage mine egne erfaringer og perspektiver på at anvende Instagram som en platform til indsamling af sociale digitale fotografier.

Under denne konkurrence skulle deltagerne uploade fotografier med hashtagget #weloveaalborg på Instagram, om at få sit fotografi op at hænge i Kedelhallen på NORDKRAFT og senere på Aalborg Stadsarkiv. Konkurrencen, og dermed indsamlingen af fotografier, fandt sted fra d. 15-08-2018 til og med d. 15-09-2018. Til dette formål ville der blive udvalgt 20 vindere af en jury bestående af Kim Mikael Jensen fra VisitAalborg, Bente Jensen fra Aalborg Stadsarkiv og Henrik Broch-Lips fra Kunsthall NORD. Disse 20 ville være med i lodtrækningen om at vinde en præmie sponsoreret af VisitAalborg. Der blev trukket lod om vinderen på udstillingens åbningsdag d. 12-10-2018 kl. 14. Dette speciale var præget af en høj grad af brugerinddragelse, da det indsamlede materiale var præget af deltagernes fortolkning af, hvad der er godt eller specielt ved Aalborg, imens arkivets rolle har været præget af at facilitere konkurrencen og indsamle fotografierne, samt kommunikerer med og formidle til brugerne før, under og efter konkurrencen. Yderligere er det vigtigt at nævne, at hashtagget #weloveaalborg allerede eksisterede, da konkurrencen startede. Dette kunne komme til at påvirke motiverne på de indsamlede fotografier, da hashtagget kunne være blevet brugt uden hensigter om at deltage i konkurrencen fra Instagrambrugerens side. Der blev i alt analyseret 847 fotografier til dette projekts datasæt. I løbet af dette projekt blev der udarbejdet flere dataindsamlinger til analyse af det indsamlede materiale og konkurrencens forløb. De indsamlede datasæt og analyser var:

- En kronologisk analyse, der viser hvor mange brugere der deltog, hvor mange fotos de bidrog med, hvornår i løbet af indsamlingsperioden de deltog, samt om arkivets formidling og opmuntring til deltagelse i løbet af konkurrencen havde nogen effekt.
- En motivanalyse, for at opstille statistikker over hvilke motiver der var afbilledet på de indsamlede fotografier, samt hvilke motiver der var mest populære.

- En tekstanalyse, hvor vi analyserede om der var nogen omtale af konkurrencen, brugen af tekst i forhold til fotografiet, brugen af hashtags, samt om en dialog blev startet på opslagene.

Disse kan ses i deres fulde form i dette speciales bilag.⁸⁵

Aalborg – Hashtag vs. Geotag

Dette projekt inddrages som case, da det afprøver brugen af hashtags og geotags på Instagram, som værktøjer til fremtidige indsamlingsprojekter. Den anvendte erfaringspraksis til dette projekt er den samme som blev anvendt af Stockholm Läns Museum, med fokus på den svenske Købstad Södertälje, hvor man på Aalborg Stadsarkiv valgte at fokusere på byen Aalborg. Dette giver mulighed for, i specialets analyse, at undersøge hvilke erfaringer, der kan udledes fra denne specifikke praksis, om hashtags alene kan anvendes til indsamling af sociale digitale fotografier, samt om erfaringerne med denne praksis er de samme, med udgangspunkt i flere forskellige lokaliteter. Jeg er her ligeledes i stand til at inddrage mine egne erfaringer og perspektiver, da jeg selv var involveret i dette projekt.

Dette projekt blev foretaget, da Aalborg Stadsarkiv er involveret i et større projekt kaldet *Collecting Social Photo*. Under projektet blev metadata og screenshots af de 9 ”relevante” og ”seneste” opslag på hhv. hashtagget *#aalborg* og geotagget *Aalborg, Denmark* indsamlet og analyseret. Både hashtagget og geotagget var allerede eksisterende på Instagram før projektets start. Indsamlingen blev foretaget i perioden fra d. 03-10-2018 til d. 23-10-2018. Ved dette projekt blev der ikke foretaget nogen egentlig indsamling, men derimod et passivt dokumentationsprojekt, af hvordan man kunne anvende hashtags med lokaliteter til at genfinde fotografier, samt hvilken slags billeder der ville blive genfundet på denne måde. Der blev analyseret 397 opslag til dette projekts datasæt. I løbet af dette projekt blev der udarbejdet flere dataindsamlinger til analyse af det indsamlede materiale. Herunder ses en liste over de udførte datasæt og analyser:

- Der blev foretaget identiske analyser og indsamlingspraksisser af opslag fundet igennem en Instagramsøgning på hhv. *#aalborg* og geotagget *Aalborg, Denmark*.
- Først blev data fra opslagene sat ind i et excel-ark, hvor de individuelt blev givet et ID-nummer. Ud fra hvert opslag blev der angivet: opslagets geotag, dato for indsamling,

⁸⁵ Bilag 2A, 2B, 2C og 2D

brugernavn, om det var et billede eller en video, hvilke hashtags der var tilknyttet opslaget og URL.

- Ud fra hvert opslag blev der angivet en såkaldt level 1 analyse, hvor der blev givet alle de emneord/nøgleord der kunne tilknyttes opslagens motiv.
- Ud fra disse emneord/nøgleord blev der foretaget en level 2 analyse, hvor disse blev sorteret ind i kategorier, for bedre at skabe et totalt billede af de motiver der havde indgået i indsamlingen, samt hvilke motiver der havde været mest populære.
- Hvert opslag blev også kategoriseret efter Manovich's kategorisering af fotografier på Instagram.
- Ud fra disse analyser blev der lavet en oversigt over, hvilke Instagrambrugere det ville være relevant at kontakte og lave en indsamlingsaftale med.

Disse kan ses i deres fulde form i dette speciales bilag.⁸⁶

Yderligere casestudier

De følgende cases' erfaringspraksisser vil blive inddraget for at bidrage til diskussionen af forskellige erfaringer med Instagram som en platform til indsamling af sociale digitale fotografier. Disse vil ligeledes blive analyseret på lige fod med de to ovenstående cases.

Et studie af lokationsrelateret fotografi på Instagram af byen Södertälje i Sverige

Dette projekt inddrages som case, da dettes erfaringspraksis, som nævnt ovenfor, blev anvendt ved casen *Aalborg – Hashtag vs. Geotag*, og dermed bidrager til sammenligning af erfaringer med denne praksis, samt diskussion af anvendelsen af hashtags og geotags til lokationsbaserede indsamlingsprojekter af sociale digitale fotografier via Instagram.

Dette projekt blev foretaget på Stockholm Läns Museum i 2017. Projektet havde til formål at dokumenterer typen af fotografier på Instagram, der havde forbindelse til byen Södertälje, med henblik på at analyserer relationen imellem Instagramfotografier og lokation, via det eksisterende hashtag #södertälje og geotag Södertälje. Under projektet blev metadata og screenshots af de 9 "relevante" og "seneste" opslag på hhv. hashtagget og geotagget indsamlet og analyseret.

Indsamlingen blev foretaget i perioden fra d. 16. – 31. marts. Disse billeder er repræsentative for Södertälje i forhold til demografi, men de er også forbundet med statistisk almindelige emner fra personlige beretninger. Tre kvinder fra Södertälje er i denne forbindelse blevet interviewet om deres

⁸⁶ Bilag 3A, 3B og 3C

opslag på Instagram og flere er planlagt.⁸⁷ Dette er den store forskel fra casen *Aalborg – Hashtag* vs. *Geotag*, da der ikke blev foretaget interviews efter indsamlingen af data, pga. mangel på tid. Den indsamlede viden fra disse interviews kan derfor muligvis bidrage med viden, som casen om Aalborg ikke kan. Dette er det eneste projekt foretaget udenfor Danmark, der inddrages i dette speciale som et casestudie, da det er direkte forbundet med en af de andre cases, og fordi det er et af de få udenlandske projekter, der har fokus på en lokalitet eller et byrum, hvormed det har relevans for dette speciale.

#juliaalborg

Dette er et igangværende projekt, der foretages på Aalborg Stadsarkiv, som startede i 2012. Aalborg Stadsarkiv igangsatte en digital samling fra Instagram, der handlede om at indsamle sociale digitale fotografier af julen i Aalborg, med hashtagget #juliaalborg, samt et unikt hashtag for hvert år indsamlingen finder sted (eks.: #juliaalborg18). Fra 2017 blev dette projekt til et af casestudierne for CoSoPho. Dette casestudie bidrager med en længere tidsperiode, hvilket gør det muligt at identificerer ændringer i brugen af platformen Instagram, brugeradfærd og motiv.⁸⁸ Arkivet faciliterer indsamlingen på Instagram og formidler og kommunikerer med brugerne om indsamlingen via de sociale medier Facebook og Instagram. Mange af de erfaringer der blev draget fra dette projekt, lagde basis for praksissen brugt ved #welove aalborg kampagnen, hvilket gør dette projekt relevant som case til dette speciale. Siden det er et projekt, der genoptages hvert år indenfor den samme periode (december måned), bidrager dette projekt med erfaringer om, hvordan man fra år til år kan inddrage brugere til indsamling af sociale digitale fotografier over en sociale platform, samt hvordan indsamlingens praktiske udførelse tilpasser sig erfaringer fra de foregående år. Dette giver et indblik i, hvilke erfaringer man på Aalborg Stadsarkiv har gjort sig med brug af Instagram til fotografiindsamling, samt hvilke tilpasninger der er blevet foretaget fra år til år, for at forbedre indsamlingsprojektets resultater.

Den Gamle By

Frilandsmuseet Den Gamle By i Aarhus har i 2013 og 2014 eksperimenteret med forskellige måder at inddrage Instagram i museets forsknings- og indsamlingsarbejde inden for samtidokumentation, hvoraf 2 konkrete projekter vil blive fremhævet her, og blive anvendt som

⁸⁷ #collectingsocialphoto, "Case studies"

⁸⁸ #collectingsocialphoto, "Case studies"

cases til specialets analyse.⁸⁹ Disse cases er nogen af de første eksperimenter der er blevet foretaget i Danmark, med henblik på at indsamle samtidstdokumentation i form af sociale digitale fotografier via det sociale medie Instagram. Mange senere indsamlingsforsøg og eksperimenter, med brug af Instagram som en platform til indsamling af sociale digitale fotografier, er blevet udført ud fra de erfaringer der er blevet draget igennem disse cases, hvilket gør dem relevante til inddragelse i dette speciales analyse.

Under det ene projekt beskæftigede Den Gamle By sig med brugergeneret dokumentation af musikfestivaler i forbindelse med udstillingen *Aarhus rocks! Byen og musikken 1960–2014*. Til dokumentation af livemusik-oplevelsen i Aarhus i 2014 valgte de at fokusere på tre aarhusianske musikfestivaler, Danmarks Grimmeste Festival, der præsenterer nye kunstnere og bands, branchefestivalen SPOT, der spotter og sælger nye danske bands til hele verden, samt den relativt nye festival NorthSide, der publikumsmæssigt er den absolut største af de tre. De tre festivaler har alle en Instagram-strategi og kommunikerer officielle hashtags til deres gæster. For at få adgang til så mange fotografier som muligt valgte museet at samarbejde med festivalerne om de officielle hashtags, de i forvejen promoverede. De indgik på denne måde i et formelt samarbejde med festivalerne i 2013 og 2014. Den Gamle Bys ønskede, at festivalgæsterne via Instagram skulle hjælpe med at dokumentere festivalerne og samtidig selv få mulighed for at komme med på udstillingen gennem deres fotografier og udsagn. Ved indsamlingsprocessen blev de enkelte fotografiers data indsamlet om, hvem der har uploadet det, hvornår, hvor mange *likes* det har fået, hvem der har kommenteret det, og hvad de har skrevet. Fotografierne blev anvendt til følgende tre formål: (1) En kvantitativ undersøgelse af de delte billeder under de officielle hashtags, (2) En indsamling af få eksempelfotos på baggrund af undersøgelsen til museets arkiv, og (3) Tilvejebringelse af et stort fotografimateriale, som skulle vises på skærme i udstillingen.⁹⁰

Under det andet projekt beskæftigede Den Gamle By sig med samtidstdokumentation af liv og hverdag ved brug af selvskabte hashtags. Til hjælp for genskabelsen af Danmarks 70'ers miljø i museets 1974-bydel blev der indsamlet en stor mængde arkivfotos fra 1974 fra en række danske byer som håndgribelig rettesnor for udstillingsarbejdet. Det blev i denne forbindelse besluttet at lave en tilsvarende 2014-gade bl.a. fordi det markerer 100-års-jubilæet for Den Gamle Bys

⁸⁹ Djupdræt, M. Brandt, Rasmussen, C., Skjernov, L. og Sørensen, A. Krøyer, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode - Eksperimenter med brugerskabt fotodokumentation". Udgivet i *Nordisk Museologi* i 2015, vol 1, s. 73-90. – s. 73

⁹⁰ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode" s. 78-79

grundlæggelse. Der skulle indsamles fotografisk dokumentation, der kunne bruges som rettesnor for udstillingsarbejdet. Denne gang etablerede museet dets egen Instagram-profil for at fremme dialogen med brugerne. Strategien for 2014-projektet blev at skabe et unikt hashtag, kaldet *#deldit2014*. Hashtagget og indsamlingen blev startet og lanceret 1. juni 2014. Desuden blev der lanceret forskellige emne-hashtags hver mandag i fire uger, for eksempel *#deldit2014køleskab*, med motiver fra 1974-udstillingens køleskabe, for at opmuntre til forskellige motiver og samtidsdokumentation. Resultatet for kampagnen blev ved udgangen af 2014 ca. 300 billeder samt dertilhørende metadata om tid, sted, tanker, følelser og tendenser.⁹¹

⁹¹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode" s. 84-86

Metodeafsnit

Jeg vil i dette speciale bidrage til forskningsfeltet om Instagram som en indsamlingsplatform af sociale digitale fotografier af specifikke byrum, ved at udarbejde en opsamling af erfaringerne med dette, til det formål, at oplyse arkivarer, der ønsker at benytte Instagram som en platform til indsamling af sociale digitale fotografier. Men da det er et eksperimenterende felt, der ikke kan sættes i lighed med andre arbejdspraksisser, har jeg valgt at arbejde med en empirisk-induktiv metode. Det betyder, at jeg har valgt at basere dette speciales analyser på casestudier af indsamlingsforsøg med Instagram, der er foretaget ud fra erfaringspraksisser og eksperimenter med mediet. Det er indforstået, at konklusioner ud fra empirisk-induktive metoder, såsom casestudier, ikke kan være 100 % sikre, da disse er baseret på specifikke tilfælde, og derfor højest sandsynligt fortsat behøver tilpasning, i form af yderligere forskning.⁹²

Casestudier som metode

Når man arbejder med sociale platforme, som inkluderer sociale medier, arbejder man med et samspil imellem individer og grupper der mødes og interagerer med hinanden indenfor en bestemt kontekst. Dette samspil er i konstant forandring i samfundets sociale, teknologisk-økonomiske, kulturelle og politiske kontekst. Dette kan eksemplificeres meget simpelt med, at de sociale interaktioner og platforme har udvidet sig til at finde sted via sociale og digitale medieplatforme siden internettets tilblivelse. Måderne at håndtere og interagerer via disse nye platforme og kontekster er forskellige fra tidligere lignende platforme og er konstant i forandring.

Casestudiemetoden er netop en metode, der specielt er opmærksom på vigtigheden af og har en styrke i, at et studeret fænomen bliver analyseret i samspil med sin kontekst, samt forandringerne heri.⁹³ Kjeld Nielsen, der er anerkendt for sit arbejde med casestudiemetoden i en samfundsvidenskabelig og socialvidenskabelig kontekst, gør rede for, at casestudiet som metode er brugbare og relevant i tilfælde, hvor man bl.a. ønsker at studere et fænomen, hvorom der på det givne tidspunkt er begrænset viden. Indenfor samfundsvidenskabelige problemstillinger kan casestudiemetoden anvendes i flere sammenhænge og tjene både til videnskabelige, praktiske og pædagogiske formål.⁹⁴ I dette speciale har casestudierne primært et praktisk videnskabeligt formål,

⁹² "Induction" i *A Dictionary of Psychology*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/oi/authority.20110803100002347?rskey=wggip3&result=9> - Besøgt d. 30-04-2019

⁹³ Nielsen, Kjeld. "Casestudiemetoder anvendt i arbejds- og organisationssociologien". i *Valg der skaber viden: om samfundsvidenskabelige metoder*. side 153-171. Redigeret af: Søren Vøxted. 1. udg. Hans Reitzels Forlag, 2006. s. 153

⁹⁴ Nielsen, "Casestudiemetoder" - s. 154

da de tjener til at skabe viden om de praktiske forhold og erfaringer, der går igen ved forskellige forsøg på at anvende Instagram som en indsamlingsplatform. En af de mest anerkendte og refererede forskere, indenfor belysningen af casestudiemetoden, er Robert K. Yin, der definerer et casestudie således: *"en empirisk undersøgelse, som undersøger et samtidigt fænomen i dets virkelige kontekst, især når grænserne mellem fænomen og kontekst ikke er klart synlige, og hvor der er mulighed for at anvende flere informationskilder til belysning af fænomenet."*⁹⁵ Yin adskiller casestudiemetoden fra eksperimentelle metoder og andre metoder, ved at det studerede fænomen undersøges i en virkelig kontekst, hvor forskeren som udgangspunkt arbejder induktivt med fænomenet og dets kontekst. Forskeren kan altså ikke kontrollere årsager og virkninger i forskningsprocessen, ligesom ved en eksperimenterende metode. Forestillingen om kontrollerede forhold er, ifølge Yin, meningsløs og umulig indenfor samfundsvidenskabelige studier, da samfundet, sociale grupper, individer og organisationer konstant er i udvikling. Derfor anbefaler Yin casestudiemetoden, da denne lægger stor vægt på at forstå det studerede fænomen ud fra dets kontekst, samt at være indforstået med at denne kontekst kan udvikle sig over tid.⁹⁶ Her er det vigtigt at klarificerer, at jeg tidligere har kaldt dette speciales forskningsfelt et eksperimenterende felt. Hvad jeg mener med dette er ikke, at specialet beskæftiger sig med den eksperimentelle metode, men derimod at man indenfor feltet stadig forsøger sig med forskellige praktiske måder at anvende de sociale medier til indsamlingsformål.

Til dette speciale anvendes casestudiemetoden specifikt fordi konteksten for specialets problemfelt er det relevante. En opsamling af erfaringerne med Instagram til praktiske indsamlingsformål på arkiver er forbundet med konteksten hvori indsamlingen finder sted, der er forskellig i forhold til tidligere arbejdspraksisser. Casestudiemetoden opfylder dermed det kontekstuelle krav til at kunne lave en erfaringsopsamling af brugen af Instagram som en indsamlingsplatform.

En anden definition af casestudiemetoden, der er relevant for dette speciale, blev defineret af forskerne Rob VanWynsberghe og Samia Khan, der begge er anerkendte forskere indenfor educational og social studies ved University of British Columbia: *"Case study is a transparadigmatic and transdisciplinary heuristic that involves the careful delineation of the phenomena for which evidence is being collected (event, concept, program, process, etc.)"*.⁹⁷ Denne

⁹⁵ Nielsen, "Casestudiemetoder" - s. 155

⁹⁶ Nielsen, "Casestudiemetoder" - s. 155

⁹⁷ VanWynsberghe, Rob & Khan, Samia. "Redefining case study". i *International Journal of Qualitative Methods* 6 (2), 2007. s. 80

definition understreger, at casestudiemetoden ikke forudsætter et bestemt videnskabsteoretisk eller fagligt udgangspunkt. Denne metode opfordrer derimod til, at man kan kombinere mange forskellige kvalitative og kvantitative dataindsamlingsmetoder, da casestudiemetoden ikke selv har en metodisk opskrift. Det vægtes derimod højere, at fænomenet, casestudierne skal anvendes til at belyse, omhyggeligt afgrænses.⁹⁸ Dette er relevant for dette speciale, da det verificerer, at casestudiemetoden ikke kræver, at dataindsamlingen for de forskellige cases er foretaget på nøjagtig samme måde, snare tværtimod. At de anvendte cases til dette speciale er blevet udført på forskellige måder, opfylder altså kriterierne for casestudiemetoden.

Analysestrategi

Da jeg ikke har en videnskabelig metode til rådighed, der kan bruges til at analysere de anvendte erfaringspraksisser i de udvalgte casestudier, er analysen af casene fortrinsvist induktivt baseret og er foregået på casenes betingelser. Med dette menes der, at udvælgelsen af tematikker til specialets analyse er valgt ud fra, de fællestræk jeg har udledt fra de forskellige cases. Analysens strategi i form af tematikker er altså ikke opbygget efter en bestemt teori eller analyseform, men derimod udledt fra materialet der er målet for analysen. Under analysen vil der blive foretaget en kvalitativ sammenligning mellem casene, da det er erfaringerne med mediet, der er dette speciales fokus.

De udledte tematikker for specialets analyser lyder således:

Indsamlingens struktur: Casene, der er involveret i dette speciales analyse, er, som tidligere påpeget, opbygget og udført på forskellige måder, som et produkt af at der endnu ikke eksisterer nogen generelle retningslinjer for, hvordan man udfører indsamlingsprojekter via Instagram, eller andre sociale medier. Dette giver mulighed for at undersøge, hvordan forskellige fremgangsmåder virker på Instagram, hvormed forskellige erfaringer med mediet kan stilles op overfor hinanden. Under alle casene spiller brugen af hashtags en vigtig rolle i indsamlingen udførelse og struktur, da det er et af de mest anvendelige værktøjer på platformen til søgning- og genfindingsformål, men hashtaggene anvendes ikke nødvendigvis på nøjagtig samme måde. Brugen af at hashtags, der kort sagt er et emneord, et kort budskab eller en følelse, påvirker ligeledes resultaterne af indsamlingen, altså fotografiernes motiver. Anvendelsen af hashtags vil derfor også indgå i analysen af tematikken om casenes indsamlingsstruktur.

⁹⁸ Ågård, Dorte. *Motiverende relationer*. Ph.d.-afhandling, Aarhus Universitet, 2014. s. 59

Rollefordeling; Arkiv og evt. samarbejdspartnere: Ved gennemlæsning af alle casene er det tydeligt, at der er fordelinger af roller imellem arkivet, og eventuelle samarbejdspartnere, samt andre involverede passive eller aktive aktører, ved udførelsen af disse cases' indsamlingsforsøg, der kan påvirke resultaterne af denne. Da dette er et meget vigtigt aspekt af den arkivfaglige skole, det partcipatoriske arkiv, som dette arkivfelt hører ind under, vil en analyse og sammenligning af de forskellige cases' rollefordelinger indgå i dette speciales analyse.

Formidling, kommunikation og indsamling: Kulturinstitutionen er aktøren, der efterspørger relevant digitalt fotografisk materiale, hvormed de er nødt til at tage en eller anden form for kontakt til brugerne på Instagram. *Aalborg – Hashtag vs. Geotag* er undtagelsen, men ellers kan denne kommunikation eller formidling til brugerne registreres under alle casene, inddraget i dette speciale. Arkivaren Bente Jensen beskriver desuden, at hendes personlige erfaringer med brug af Instagram viser, at der er en tæt tilknytning mellem formidling og indsamling på de sociale medier, og at formidling er en vigtig del af indsamlingens struktur og udførelse.⁹⁹ Formidling og kommunikationsaspektet og dets rolle ved indsamling via Instagram, vil derfor indgå som et af Analysens tematikker.

Motiv: Efter en grundig gennemlæsning af alle casene er det klart, at motiverne på de indsamlede fotografier fra Instagram har haft betydning for, hvordan de forskellige kulturinstitutioner løbende har lavet ændringer eller tilpasset deres indsamlingspraksis. Da denne type indsamlingspraksisser stadigvæk er i en meget eksperimenterende fase på både arkiver og museer, har slutresultaterne, altså de indsamlede fotografiers motiver, en stor betydning for, hvordan indsamlingspraksissen tilrettelægges, efter hvad der kan ses ud fra casene. Dette syntes at skyldes, at de anvendte fremgangsmåder er blevet udvalgt, på baggrund af det ønskede kvalitative resultat. Derfor vil de kvalitative resultater for de forskellige cases, altså de indsamlede fotografiers motiver, blive inddraget i dette speciales analyse.

Proveniens: Proveniensprincippet er et ordensprincip på arkiver i Danmark og resten af de Vestlige lande,¹⁰⁰ og det har bibeholdt en vigtig rolle indenfor arkivfaget i over 100 år, på trods af at forskning og strukturer indenfor arkivvæsnet har udviklet sig, da det sikrer bevaringen af arkivaliers autenticitet og troværdighed, samt kontekstdokumentation af arkivaliernes oprindelse og

⁹⁹ Jensen, "Instagram in the Photo Archives" s. 1

¹⁰⁰ "Proveniensprincip" i *Den Store Danske*, Internetadresse: http://denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Bog-og_biblioteksv%C3%A6sen/Arkivv%C3%A6sen/proveniensprincip - Besøgt d. 30-04-2019

herkomst.¹⁰¹ Indsamling af metadata om det indsamlede materiales herkomst anses derfor at være et relevant aspekt af et hvert indsamlingsprojekt, inklusiv de inddragede cases til dette speciale. I nogle af casene, såsom *#weloveaalborg* og projekterne foretaget af Den Gamle By,¹⁰² bliver spørgsmål og udfordringer ang. den praktiske bevaring af de sociale digitale fotografier ligeledes optaget, hvilket er årsagen til, at denne problematik ligeledes vil blive taget op under denne tematik.

Ud fra hver tematik vil casenes erfaringer og udførelser blive analyseret og redegjort for, hver for sig, hvorefter de vil blive sammenlignet og diskuteret i forhold til hinanden, samt diskuteret i forhold til viden fra bl.a. forskningen i en fælles diskussion.

¹⁰¹ "Proveniensprincip" i *Det Informationsvidenskabelige Akademi*, Internetadresse: <http://www.informationsordbogen.dk/concept.php?cid=1532> - Besøgt d. 30-04-2019

¹⁰² Djupdræt, Rasmussen, Skjernov og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode" s. 84

Analyse

Indsamlingens struktur

Under kampagnen *#weloveaalborg* blev indsamlingen af fotografier udført i form af en konkurrence, hvor 20 deltagere ville blive udvalgt som vindere, hvoraf der ville blive trukket lod om en vinder af en ekstra præmie. Konkurrencens indsamlingsperiode, hvor brugerne på kunne deltage ved at lave opslag med fotografier med hashtagget *#weloveaalborg*, fandt sted fra d. 15. august til d. 15. september. De tyve vindere ville få deres fotografier udstillet i Kedelhallen i Nordkraft d. 12. oktober, 2018, hvor lodtrækningen af den endelige vinder også ville finde sted.¹⁰³ Under denne periode blev der foretaget formidling om konkurrencen på Aalborg Stadsarkivs Facebookprofil og Instagramprofil. Denne omhandlede formidling under konkurrencens forløb, i form af opslag på Instagram og Facebook med en nedtælling til konkurrencens slutning, hvor brugerne på Instagram blev mindet om at de stadig kunne nå at deltage, og formidling om udstillingens åbning og senere flytning til Historie Aalborg på Aalborg Stadsarkiv. Efter at de 20 fotografier blev udvalgt af juryen, blev der taget personlig kontakt til de 20 vindere hhv. over e-mail eller via beskeder på Instagram, hvor de blev oplyst om at de havde vundet. Samtidig anmodede Aalborg Stadsarkiv om tilladelse til at optage fotografierne i Stadsarkivets samlinger, ved elektronisk at overføre afleveringskontrakter. De 20 vindere blev også informeret om, at de kunne afhente de trykte udgaver af deres fotografier fra udstillingen efter den blev taget ned i december. Vinderne blev også bedt om at deltage i en undersøgelse på *Minnen.se* om deres sociale medie vaner i forbindelse med projektet *Collecting Social Photo*. For at kunne bedømme hvilke fotografier der skulle vinde og indsamles, blev der taget screenshots af opslagene, så oplysninger om brugernavne, tidspunkter for upload og andre relevante oplysninger ville kunne genfindes. Hashtagget *#weloveaalborg* var et allerede eksisterende og anvendt hashtag på Instagram, der var blevet valgt af VisitAalborg, der i forvejen anvendte hashtagget. Det skabte problemer ved indsamlingsprocessen pga. de utilstrækkelige søgemuligheder på Instagram, samt at nye opslag over tid blandes sammen med ældre og det er ikke muligt at sortere i disse på platformen, hvormed Stadsarkivet var nødt til at gå slavisk igennem alle opslag med hashtagget, for at sikre at ingen deltagende brugere blev udeladt. Brugen af et allerede eksisterende hashtag skabte desuden muligheden for at brugere på Instagram ville deltage i en konkurrence uden at vide det. For indsamlingen og konkurrencen betød det, at 847 opslag fra 116 deltagere blev inddraget i

¹⁰³ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 15-08-18": <https://www.instagram.com/p/BmfpreYlq-0/> - Besøgt d. 30-05-2019

bedømmelsesarbejdet, men det skabte også usikkerhed om, hvor mange kampagnen på egen hånd har kunnet nå ud til, samt at irrelevante opslag såsom reklameopslag fra virksomheder også var iblandt det indsamlede materiale, hvormed et gennemgående sorteringsarbejde var behøvet. For at gøre dette arbejde lettere, blev screenshotsene sorteret efter brugernavne, for lettere at kunne adskille virksomhederne fra de almindelige brugere.¹⁰⁴ Hashtagget skabte også fokus på et positivt billede af Aalborg, men da det også er et meget subjektivt hashtag, kunne mange forskellige opfattelser af, hvad der er godt ved Aalborg, tilføjes til indsamlingen. Erfaringerne med at anvende et hashtag, der ikke er skarpt defineret af facilitatorerne af konkurrencen, er at konkurrencen bliver meget åben med et bredt fokus på Aalborg, men dette betød også at det indsamlede materiales alsidighed til tider skabte uoverskuelighed i konkurrencens bedømmelsesfase. Konkurrencen blev også formidlet på engelsk, så ikke-dansktalende individer kunne være med. Dette var med tanke på at Aalborg også er en universitetsby og ferieby, hvormed individer fra udlandet i form af eksempelvis studerende og turister også kunne deltage. Dette var specielt klart, eftersom enkelte af de 20 vindere ikke var fra Danmark og boede i andre lande.¹⁰⁵

Under projektet *Aalborg – Hashtag vs. Geotag* blev der indsamlet metadata og lavet screenshots af de 9 ”relevante” og ”seneste” opslag på hhv. hashtagget *#aalborg* og geotagget *Aalborg, Denmark*, hvoraf disse skulle indgå i en analyse af lokationsrelaterede digitale fotografier på Instagram. Indsamlingen blev foretaget i perioden fra d. 3. oktober til d. 23. oktober, 2018. Den samme erfaringspraksis, som anvendt af Stockholms Läns Museum, bruges for at tilføje data og erfaringer om brug af denne allerede udarbejdede og afprøvede erfaringspraksis i forskellige kontekster. Dermed blev der foretaget identiske analyser og indsamlingspraksisser af opslag fundet igennem en Instagramsøgning på hhv. *#aalborg* og geotagget *Aalborg, Denmark*. Først blev data fra opslagene sat ind i et excel-ark, hvor de individuelt blev givet et ID-nummer. Ud fra hvert opslag blev der angivet: opslagens geotag, dato for indsamling, brugernavn, om det var et billede eller en video, hvilke hashtags der var tilknyttet opslaget og URL. Ud fra hvert opslag blev der angivet en såkaldt level 1 analyse, hvor der blev tilknyttet alle mulige emneord eller nøgleord der kunne udledes fra opslagens motiv og tilknyttede tekst. Ud fra disse emneord/nøgleord blev der foretaget en level 2 analyse, hvor disse blev sorteret ind i kategorier, for bedre at skabe et totalt billede af de motiver der havde indgået i indsamlingen, samt hvilke motiver der havde været mest populære. Hvert opslag blev også kategoriseret efter Manovich’s kategorisering af fotografier på Instagram, som beskrevet i

¹⁰⁴ Bilag 2A

¹⁰⁵ Bilag 2D

forskningsdiskussionen. Ud fra disse analyser blev der lavet en oversigt over, hvilke Instagrambrugere det ville være relevant at kontakte og lave en indsamlingsaftale med på Aalborg Stadsarkiv.¹⁰⁶ Hashtagget og geotagget var begge allerede eksisterende og etablerede på Instagram. der er forskellige hashtags, der har inkorporeret bynavnet Aalborg, men vi valgte at anvende det rene hashtag *#aalborg* for så tæt muligt at efterligne fremgangsmåden, der blev anvendt af Stockholm Läns Museum, da de havde fokus på byen Södertälje.¹⁰⁷ Hashtagget er dog stadig meget bredt, da det er op til brugeren af bedømme, om der er tale om byen eller kommunen. Her er den faktiske geografiske forskel på hashtagget og geotagget meget forskellig.

Under casestudiet *Et studie af lokationsrelateret fotografi på Instagram af byen Södertälje i Sverige* forsøgte personalet på Nordiska Museet og Stockholm Läns Museum i fællesskab at undersøge, hvordan byen Södertälje blev afbilledet på Instagram, ved at observerer og sammenligne indholdet på opslag med hhv. hashtagget *”södertälje* og geotagget *Södertälje*. Dette var med henblik på at udarbejde en indsamlingsstrategi, ved at afprøve forskellige måder at øge motivation at skabe fotografisk kulturarv i fællesskab med brugerne. Hashtagget og geotagget blev observeret over en periode på elleve dage, fordelt over to måneder, ved at indsamle screenshots af de 9 ”relevante” og ”seneste” opslag pr. dag. Ved at analyserer disse blev det fra starten klart, at størstedelen af opslagene kun med hashtagget bestod af kommercielt indhold og at det kun var 30 % af opslagene med hashtagget der indeholdt geografiske data med fokus på den indre by. Det blev derfor valgt fremover kun at fokusere på opslagene med geotagget, da et af fokuspunkterne for studiet var at udforske hverdagsfotografierne, der blev lagt op af en demografisk repræsentativ proportion af byen indbyggere. Dette betød også at observationerne blev udvidet til at inkludere yderligere fire geotags i form af forstæder til Södertälje. Hertil blev der igen lavet et sæt af screenshots og personalet anvendte kvantitative indholdsanalyser til at lave en liste af nøgleord, der skulle beskrive de individuelle opslags indhold. Personalet foretog en række brugerinddragende initiativer, for at opmuntre folk til at deltage i en undersøgelse om sociale medier, til at deltage i interviews om deres sociale medie vaner, og en fotografikonkurrence, der blev faciliteret i fællesskab med den lokale avis. Erfaringerne fra dette casestudie er at lokationsbaserede hashtags anvendes mindre end hashtags der har fokus på bestemte begivenheder, hvormed det er svære et engagerer og inddrage brugere via disse. Yderligere forsøg på at foretage brugerdeltagende og -involverende initiativer,

¹⁰⁶ Bilag 3A og 3B

¹⁰⁷ Bilag 3C, s. 1

som eksempelvis konkurrencer, er derfor nødvendige for at skabe bedre forståelse for og erfaringer med disse.¹⁰⁸

Ved projektet *#juliaalborg*, der startede i 2012, har Aalborg Stadsarkiv til dato anvendt en indsamlingspraksis, der er tilpasset fra indsamlingspraksissen anvendt ved analoge fotografier. Det vil sige, at det kun er fotografiet, der bliver indsamlet med tilladelse fra fotografen, der i dette tilfælde er brugeren på Instagram.¹⁰⁹ På Aalborg Stadsarkiv har de valgt at indsamle både repræsentative fotografier og fotografier med fremtrædende specielle motiver hvert år, men selve udvælgelsesmetoden kan variere.¹¹⁰ I år 2018 blev fotografierne bl.a. udvalgt igennem en lodtrækning.¹¹¹ Forskellige måder til at involverer brugerne er blevet anvendt af arkivet, for bedre at engagerer brugerne fra år til år. Et eksempel er at en Instawalk arrangeres, hvor en gruppe af Instagrambrugere mødes med Stadsarkivets personale til en byvandring, hvor brugerne tager fotografier og uploader dem på Instagram med et bestemt hashtag. I andre tilfælde samarbejder Stadsarkivet med lokale virksomheder og organisationer. I alle tilfælde spiller Stadsarkivet en faciliterende rolle. Ved dette projekt anvendes både et generelt hashtag: *#juliaalborg* og et unikt hashtag for hvert år: eksempelvis *#juliaalborg18* til projektet udførelse i december 2018.¹¹² Dette betyder, at begge hashtags er nødvendige at undersøge hvert år, da ikke alle Instagrambrugere anvender det unikke hashtag, men holder sig til det generelle.

I forbindelse med udstillingen *Aarhus rocks! Byen og musikken 1960–2014* ønskede Den Gamle By at skabe et billede af byens rock- og populærmusik. Til visuel dokumentation af den samtidige livemusik-oplevelsen i Aarhus. Valgte de at fokusere på de tre mest markante aarhusianske musikfestivaler, Danmarks Grimmeste Festival, branchefestivalen SPOT og NorthSide. Målet for Den Gamle By var at få adgang til en stor mængde dokumenterende billedmateriale, der ville give indblik i, hvordan livemusik-oplevelsen er i Aarhus. De valgte derfor at samarbejde med festivalerne og fokuserer på disses i forvejen promoverede officielle hashtags. På denne måde kunne Den Gamle By nå ud til festivalernes egne målgrupper og festivalerne kunne føle ejerskab til projektet. De tre festivaler har alle en Instagram-strategi og kommunikerer officielle hashtags til

¹⁰⁸ Bente Jensen, Elisabeth Boogh, Kajsa Hartig og Anni Wallenius, "(Hash)tagging with the users: participatory collection of digital social photography in museums and archives", i *Participatory Archives*, red. Edward Benoit, III og Alexandra Eveleigh. (Utrykt Antologi, facet publishing, Udgives i juli, 2019), Kapitel 5

¹⁰⁹ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

¹¹⁰ Hartig, Jensen, Wallenius, og Boogh. *Collecting the ephemeral social media photograph for the future*.

¹¹¹ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv - opslag d. 15-11-18": <https://www.instagram.com/p/BqNDrv1nuYT/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹¹² Hartig, Jensen, Wallenius og Boogh, *Collecting the ephemeral social media photograph for the future*.

gæsterne. Den Gamle Bys strategi var, at festivalgæsterne skulle hjælpe museet med at dokumentere festivalerne via Instagram og få mulighed for at komme med på udstillingen gennem deres fotografier og opslag. Museet har efterfølgende undersøgt Instagram-fotografierne og deres opslag fra de tre festivaler i henholdsvis 2013 og 2014.¹¹³ Af de enkelte opslags data fremgår, hvem der har uploadet det hvornår, hvor mange *likes*, det har fået, hvem der har kommenteret det, og hvad de har skrevet. Fotografierne er efterfølgende blevet anvendt til tre formål: (1) En kvantitativ undersøgelse af de delte fotografier med de officielle hashtags. (2) En indsamling af få eksempler på baggrund af undersøgelsen til museets arkiv. (3) Fremskaffelsen af en stor mængde fotografisk materiale, som skulle fremvises på skærme i udstillingen. Fem kategorier blev udarbejdet til den kvantitative analyse: Koncerter, Socialt samvær, generel stemning, Logo og kendemærker, samt uvedkommende billeder.¹¹⁴ Ud fra disse blev der foretaget en kvantitativ analyse af hver enkelt festival og derefter foretaget en sammenligning, idet der var en formodning om, at den procentvise fordeling af kategorierne ville være forskellig ved de forskellige festivaler. Det Indsamlede fotografiske materiale blev indskrænket til et repræsentativt udsnit ved at indsnævre undersøgelsen til billeder delt på hver festivals første dag, da det totale antal fotografier uploadet under de officielle hashtags var for stort og dermed for uoverskueligt.¹¹⁵ Den Gamle By optog desuden korte video-interviews med tilfældige festivalgæster. På NorthSide 2014 blev 42 gæster spurgt om deres brug af Instagram, og hvilke motiver de typisk valgte at dele på Instagram. Disse video-interviews skulle supplere den kvantitative analyse med kvalitative udsagn om de fem kategorier, om brugen af Instagram og om brugen af hashtags specifikt.¹¹⁶ Et tilfældigt fotografi for hver kategori fra hver festival blev af museet udvalgt, med indhentet tilladelse fra de respektive Instagrambrugere, til at gemme for eftertiden i museets arkiv.¹¹⁷

I forlængelse af Den Gamle Bys etablering af 1974-bydelen blev det besluttet at museet ville opføre en tilsvarende 2014-gade.¹¹⁸ I denne forbindelse skulle der både indsamles genstande fra specifikke tidstypiske butikker og hjem, samt fotografisk dokumentation, der kunne anvendes som rettesnor for udstillings udarbejdelse. Ud fra erfaringerne fra arbejdet med *Aarhus Rocks!*-udstillingen blev det besluttet at inddrage Instagram til at indsamle brugergenererede og tidstypiske dagligdagsbilleder fra private hjem og hverdagssituationer. Fra begyndelsen var opfattelsen, at en

¹¹³ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 78-79

¹¹⁴ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 79

¹¹⁵ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 81

¹¹⁶ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 83

¹¹⁷ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 84

¹¹⁸ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 84

etablering af museets egen Instagram-profil ville fremme dialogen med brugerne. Strategien for projektet blev at etablere og anvende et unikt hashtag, hvor museet selv var i direkte dialog med brugerne. Fordelen ved dette var, at museet fra starten kunne fastsætte hashtaggets formål, og at det dermed kunne være nemmere også at få tilladelse til at anvende fotografierne i museets formidling efterfølgende. Ulempen var dog, at det blev sværere at udbrede kendskabet til det unikke hashtag til tilstrækkeligt mange brugere. Museet måtte i dette tilfælde selv udføre hele arbejdet med at skabe kendskab, engagement og involvering på Instagram. Museets kommunikationsafdeling blev derfor inddraget, for at gøre indsamlingskampagnen og hashtagget så synligt som muligt.¹¹⁹ Der blev desuden lanceret forskellige emne-hashtags løbende under kampagnen, for eksempel *#deldit2014køleskab*, med motiver fra 1974-udstillingens køleskabe. De første fire uger efter lanceringen blev et sådant emne-hashtag lanceret hver mandag. Ressourcerne rakte dog ikke til at fortsætte med flere af disse hver uge i 2014, hvormed kampagnen hurtigt overgik til kun at fokusere på hashtagget *#deldit2014*. Antallet af uploadede fotografier med de forskellige emne-hashtags var heller ikke overvældende. En mulig forklaring museet havde på dette kunne dels være, at de motiver museet efterlyste med emne-hashtags ikke var fotografier, der normalt ville blive delt på Instagram. Resultatet af kampagnen med *#deldit2014* blev ved slutningen af 2014 ca. 300 fotografier, med dertilhørende metadata om tid, sted, tanker, følelser og tendenser.¹²⁰

Rollefordeling; Arkiv og evt. samarbejdspartnere

Under konkurrencen *#weloveaalborg* var det Aalborg Stadsarkiv, der faciliterede konkurrencen på Instagram, indsamlede screenshots af alle fotografier, analyserede motiverne, forløbet, teksten og brugen af hashtags,¹²¹ uploadede løbende opslag til Instagram, lavede en Instagramprofil specielt til konkurrencen,¹²² hængte udstillingen op i Kedelhallen på Nordkraft og senere på Aalborg Stadsarkiv, hvor arkivets personale satte udstillingen i en arkivfaglig kontekst.¹²³ VisitAalborg valgte hashtagget til konkurrencen, bidrog med faciliteter og arealer til den første udstilling, bidrog med præmier, og designede billedmotiver, der skulle anvendes til notifikationer og formidling på Instagram. De gjorde desuden opmærksom på konkurrencen via deres egen Instagramprofil, og var med som et medlem af juryen. Samarbejdet med VisitAalborg bidrog med et turistaspekt til

¹¹⁹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 85

¹²⁰ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 86

¹²¹ Bilag 2A, 2B og 2C

¹²² Instagram.com "aalborg_stadsarkiv - opslag d. 15-08-18": <https://www.instagram.com/p/BmfpreYlq-0/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹²³ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv - opslag d. 01-11-18": <https://www.instagram.com/p/BpojODXHkN7/> - Besøgt d. 30-05-2019

konkurrencen, i form af at der bevidst blev et positivt perspektiv til konkurrencen, med fokus på hvad der kan sælges ved Aalborg. Kunsthal NORD bidrog med et professionelt syn på æstetik og kunst, både ved bedømmelse af billeder, hvor de bidrog med et medlem som jury, og kåring af vinderne. Kunsthal NORD var også involveret i den praktiske ophængning af fotografierne i Kedelhallen på Nordkraft, hvilket sikrede et professionelt syn på opstillingen af udstillingen. APPETIZE Magasin publicerede en artikel om konkurrencen, hvilket hjalp med promoveringen af denne, og de trykkede plakater og de fysisk opstillede fotografier til udstillingen.¹²⁴ Lokalavisen Aalborg:nu trykte også en artikel, hvor udstillingen blev promoveret d. 17. oktober, 2018.¹²⁵

Ved projektet *Aalborg – Hashtag vs. Geotag* arbejdede Aalborg Stadsarkivs personale alene om at indsamle alle data og foretage analyser på dataene i henhold til fremgangsmåden opstillet af Stockholms Läns Museum. Bestemte brugere på Instagram blev udvalgt, der kunne være interessante for arkivet at indgå en aftale med, i forbindelse med at indsamle fotografisk dokumentation af samtiden i Aalborg, men ingen egentlige aftaler eller indsamling til arkivets samlinger blev udført, da det kun var et studie af de lokationsrelaterede fotografier på Instagram.¹²⁶ Dette projekt indgår som et casestudie i det nordiske samarbejde *Collecting Social Photo*, men ud over at genanvende den samme fremgangsmåde og analysemetode anvendt af Stockholms Läns Museum, har *Collecting Social Photo* ikke haft nogen egentlig påvirkning eller indblanding i udførelsen af dette projekt.

Projektet *Et studie af lokationsrelateret fotografi på Instagram af byen Södertälje i Sverige* blev udført i et samarbejde mellem Nordiska Museet og Stockholms Läns Museum, hvor personale fra begge museer arbejdede sammen om projektets udførelse. En tredjepart bestod af virksomheden Notified, der anvendte et softwareprogram til at indsamle supplerende tekstbaserede metadata, da man ved dette projekt arbejdede ud fra opfattelsen af, at på sociale medier arbejder tekst og fotografi sammen om at skabe betydning og skal derfor analyseres sammen. Fotografikonkurrencen blev faciliteret i fællesskab med den lokal avis.¹²⁷

Ved projektet *#juliaalborg* har Aalborg Stadsarkiv den faciliterende og styrende rolle, der står for al kontakt og formidling med brugerne, indsamling af fotografier med det anvendte hashtag og

¹²⁴ APPETIZE: Del dit Aalborg og bliv udstillet. Udgivet af APPETIZE. Sidst opdateret: 27.08.2018.

Internetadresse: <https://www.appetize.dk/del-dit-aalborg-og-bliv-udstillet/> - Besøgt d. 26.05.2019

¹²⁵ Schousboe, Katrine: ”#welove aalborg: Fotoudstilling viser byens mange sider.” I: *Aalborg:nu*, 17.10.2018, s. 26

¹²⁶ Bilag 3A og 3B

¹²⁷ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, “(Hash)tagging with the users”, Kapitel 5

eventuel kontakt med samarbejdspartnere. Et eksempel heraf er at i 2018, blev der trukket lod om et vinderfotografi hver søndag i advent, hvor præmien bestod af en goodiebag med en beerwalk, sponsoreret af VisitAalborg, en *#weloveaalborg* plakat, sponsoreret af APPETIZE Magasin, en Aalborgbog efter eget valg, sponsoreret af Selskabet for Aalborgs Historie, og en lokalhistorisk kalender for 2019 fra Aalborg Stadsarkiv.¹²⁸ Aalborg Stadsarkivs personale var dem der tog kontakt til de andre virksomheder og foreninger, og spurgte om de ville sponsorere præmierne. Næsten alt projektarbejdet ligger dermed hos Aalborg Stadsarkiv.

I forbindelse med udstillingen *Aarhus rocks! Byen og musikken 1960–2014* indgik Den Gamle By i et formeldt samarbejde med de tre nævnte festivaler i 2013 og 2014, hvilket indebar, at festivalerne alle havde deres egne Instagram-strategier, hvor der blevet taget hånd om kommunikationen til og med festivalernes gæster, og der blev indgået dialog om gæsterne, ikke kun imens festivalerne var i gang, men også resten af året.¹²⁹ Erfaringerne med dette samarbejde blev, at der kunne genereres meget store mængder empiri ved at museet lægger sig op ad allerede eksisterende officielle hashtags, som allerede promoveres af andre samarbejdspartnere og kommercielle aktører. Herefter havde museet mulighed for at fokuserer fuldstændig på det egentlige analysearbejde.¹³⁰

Under projektet med at indsamle fotografisk dokumentation af Danmark anno 2014 til etableringen af en 2014-gade, valgte Den Gamle Bys personale at etablere museets egen Instagramprofil, da de havde lært af det tidligere projekt, at dette ville fremme en direkte dialog med brugerne. Dette betød at alt indsamlingsarbejdet og faciliteringen af kampagnen lå hos museet. Der skulle lægges en plan for Instagramprofilens lancering, den løbende indholdspublicering og en strategisk målsætning for, hvilke andre medier Instagramprofilen skulle kommunikeres ud til, hvilke institutioner, virksomheder og personligheder, museet skulle følge, samt hvad museet ønskede at opnå med tilstedeværelsen på Instagram.¹³¹ Med etableringen af museets egen Instagramprofil kunne museet målrette indsamlingen mere ved at anvende unikke hashtags og generer overskuelige mængder af brugbare fotografier, og erfaringerne var et dialogen med brugerne kunne foregå i væsentlig større omfang end tidligere erfaret med festival-projektet. Det krævede dog en væsentlig større indsats fra

¹²⁸ Instagram.com ”aalborg_stadsarkiv – opslag d. 02-12-18” <https://www.instagram.com/p/Bq448GcH62S/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹²⁹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, “Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode.” s. 78

¹³⁰ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, “Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode.” s. 88

¹³¹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, “Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode.” s. 85

museets side at udbrede hashtagget og kampagnens formål,¹³² hvilket også er det der kan ses ved Aalborg Stadsarkivs #juliaalborg projekt.

Formidling, kommunikation og indsamling

Under konkurrencen #weloveaalborg blev der på forskellige møder formidlet eller kommunikeret til brugerne på Instagram så vel som andre platforme. Som tidligere nævnt blev der formidlet til brugerne direkte på Instagram fra starten af konkurrencen, under og efter denne, samt i forbindelse med udstillingen åbning. På Instagram blev der formidlet både på engelsk og på dansk, for at sikre at så mange brugere kunne deltage som muligt, med tanke på at der bor ikke-dansktalende borgere i Aalborg, samt at der også kommer turister til Aalborg. En Instagramprofil blev lavet specifikt til konkurrencen og med henblik på formidling og kommunikation. Specielle billeder er også blevet designet til alle opslag, der er lavet til disse formål. Det første og andet opslag er et eksempel på dette, da det første opslag formidler om konkurrencen og dens rammer, imens det andet opslag gør præcis det samme, men på engelsk, og begge opslag har et billede designet af VisitAalborg, med titlen på konkurrencen skrevet i rødt og en farverig kollage af forskellige motiver fra Aalborg.^{133 134} Efterfølgende er der blevet lavet opslag med en nedtælling til og med konkurrencens slutning, fra da der var 14,¹³⁵ 7¹³⁶ og 3 dage tilbage, hvor brugerne blev mindet om at de stadig havde tid til at deltage i konkurrencen,¹³⁷ og til sidst et da konkurrencen var slut, hvor alle deltagerne blev takket for at de ville deltage, samt at vinderne ville modtage besked efter at juryen havde udvalgt disse.¹³⁸ Herefter blev brugerne holdt opdateret igennem opslag om udstillingen snarlige åbning,¹³⁹ formidling om at åbningen havde fundet sted, med fotografier fra udstillingen, der viser fremmødet af vinderne og deres venner og familier.¹⁴⁰ Her blev der også lavet en ekstra opslag på engelsk, der

¹³² Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 88

¹³³ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 15-08-18": <https://www.instagram.com/p/BmfpreYlq-0/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹³⁴ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – 2. opslag d. 15-08-18": <https://www.instagram.com/p/BmfrD2bFMK/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹³⁵ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 02-09-18": <https://www.instagram.com/p/BnNzh5GCeWJ/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹³⁶ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 08-09-18": <https://www.instagram.com/p/BndWXMzFEQ/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹³⁷ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 12-09-18": <https://www.instagram.com/p/Bnna7odipSW/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹³⁸ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 16-09-18": <https://www.instagram.com/p/BnxyXEbnNTT/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹³⁹ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 08-10-18": <https://www.instagram.com/p/BorhhdsCtL5/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹⁴⁰ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 12-10-18": <https://www.instagram.com/p/Bo12vNrCubA/> - Besøgt d. 30-05-2019

takkede de udenlandske deltagere.¹⁴¹ Efterfølgende blev det sidste formidlende opslag lavet på den specifikke *#weloveaalborg*-Instagramprofil, der formidlede om udstillingens flytning til Aalborg Stadsarkiv, med et fotografi af udstillingen.¹⁴² Aalborg Stadsarkiv lavede også løbende opslag på deres egen Instagramprofil og på deres Facebookprofil, der promoverede konkurrencen og hashtagget.¹⁴³ Efter at de 20 fotografier blev udvalgt af juryen, blev der taget personlig kontakt til de 20 vindere hhv. over e-mail eller via beskeder på Instagram, hvor de blev oplyst om at de havde vundet, samt hvilket fotografi der var tale om og om de ville sende den originale fil via e-mail, så udstillingen kunne få den bedst mulige kvalitet. Samtidig anmodede Aalborg Stadsarkiv om tilladelse til at optage fotografierne i Stadsarkivets samlinger, ved elektronisk at overføre afleveringskontrakter til vinderne, samt at medbringe afleveringskontrakter til udstillingens åbningsdag, da det havde været svært at få svar fra nogle af vinderne. De 20 vindere blev informeret om, at de kunne afhente de trykte udgaver af deres fotografier fra udstillingen efter den blev taget ned i december. Vinderne blev også bedt om at deltage i en undersøgelse på *Minnen.se* om deres sociale medie vaner i forbindelse med projektet *Collecting Social Photo*. 19 af vinderne gav deres tilladelse, imens kun enkelte deltog i undersøgelsen.¹⁴⁴

Ved projektet *Aalborg – Hashtag vs. Geotag* blev der ikke foretaget nogen formidling eller anden kontakt til brugerne på Instagram, da projekt var et passivt dokumentationsprojekt, der omhandlede at skabe kendskab til lokationsrelaterede fotografier på Instagram igennem et hashtag og et geotag. Til dette projekt var der også størst fokus på motiverne, der ville kunne indsamlet med disse værktøjer, hvormed nogen egentlig forståelse for relationen mellem brugen af et hashtag og det uploadede fotografi etableres ikke med større sikkerhed end hvad der kan fortolkes af arkivet under indsamlingsfasen.

Til projektet *Et studie af lokationsrelateret fotografi på Instagram af byen Södertälje i Sverige* blev der til selve indsamlingsforsøget, som *Aalborg – Hashtag vs. Geotags* fremgangsmåde er baseret på, ikke foretaget nogen formidling eller anden kommunikation til brugerne. Der blev derimod foretaget supplerende participatoriske projekter for at skabe viden om brugerne sociale medie vaner og kontekstmetadata. Som tidligere nævnt foretog de en række brugerinddragende initiativer, for at

¹⁴¹ Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – 2. opslag d. 12-10-18”: <https://www.instagram.com/p/Bo15Utti4Ix/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹⁴² Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 01-11-18”: <https://www.instagram.com/p/BpojODXHkN7/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹⁴³ Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 16-08-18”: <https://www.instagram.com/p/BmiqqY5FSvH/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹⁴⁴ Bilag 2D

opmuntre folk til at deltage i en undersøgelse om sociale medier på Minne.se, til at deltage i interviews om brugernes egne sociale medie vaner, og en fotografigkonkurrence, der blev faciliteret i fællesskab med den lokale avis. Konkurrencen havde fokus på fotografier af hverdagslivet og steder i byen Södertälje, og brugerne på Instagram blev inviteret til at deltage ved at uploade deres egne fotografier, med billedtekster og tags til indsamlingsplatformen Samtidsbild. Konkurrencen supplerede med en kontekst til projektets forhåbninger om at indsamle brugergenererede sociale fotografier, hvilket gjorde det lettere for folk at forstå museernes interesse i at indsamle deres fotografier af hverdagslivet. Andre metoder, såsom at sende direkte beskeder til brugerne, kommentarer på opslag og at uploade sponsorerede opslag med fokus på Södertälje på Instagram og Facebook, gav meget få resultater.¹⁴⁵ Det kan måske være fordi, der kun blev lavet et enkelt opslag på Stockholm Läns Museums Instagramprofil, der direkte opfordrede til at anvende hashtagget *#södertälje*.¹⁴⁶

Under projektet *#juliaalborg* bliver der som tidligere nævnt anvendt forskellige måder til at involverer brugerne i projektet både på Instagram og i den virkelige verden. En Instawalk arrangeres til tider, hvor en gruppe af Instagrambrugere mødes med Stadsarkivets personale til en byvandring, hvor brugerne tager fotografier og uploader dem på Instagram med det unikke hashtag for året, dvs. i 2018 var hashtagget *#juliaalborg18*.¹⁴⁷ En anden måde at få borger i Aalborg og brugere på Instagram til at bidrage med digitale fotografier af julen i Aalborg er ved at facilitere en konkurrence, ligesom der blev gjort i 2018, hvor der blev trukket lod om præmier hver søndag i advent.¹⁴⁸ En julekalender blev også gennemført på Instagram og Facebook, hvorigennem Stadsarkivet formidler om byens historie, viser både nye og gamle fotografier af byen og promoverer årets julekonkurrence.¹⁴⁹ På denne måde vedligeholdes kommunikationen til brugerne og promoveringen af konkurrencen og dets hashtag.

Ved Den Gamle Bys projekt om at lave *Aarhus rocks!*-udstillingen, blev der som supplement til de kvantitative analyser af fotografierne på Instagram optaget korte video-interviews med tilfældigt udvalgte festivalgæster. På NorthSide 2014 blev 42 gæster udspurgt om deres brug af Instagram, og

¹⁴⁵ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

¹⁴⁶ Instagram.com "stockholmlansmuseum – opslag d. 20-04-17": <https://www.instagram.com/p/BTHSMfNBCL3/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹⁴⁷ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 20-11-18": <https://www.instagram.com/p/BqaPO3Wnbvd/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹⁴⁸ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv - opslag d. 15-11-18": <https://www.instagram.com/p/BqNdrv1nuYT/> - Besøgt d. 30-05-2019

¹⁴⁹ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv - opslag d. 01-12-18": <https://www.instagram.com/p/Bq2ruvTnUz0/> - Besøgt d. 30-05-2019

hvilke motiver de typisk valgte at dele fotografier af på Instagram. Disse video-interviews skulle supplere med kvalitative udsagn om de anvendte kategorier til analyse af fotografierne, om brugen af Instagram generelt og om brugen af hashtags specifikt. Interviewene viste, at selvom festivalgæsterne gerne delte deres fotografier på Instagram, anvendte de ikke nødvendigvis festivalens officielle hashtag. Nogle svarede, at de bevidst ikke brugte festivalens hashtag, men at de stadigvæk delte fotografierne på Instagram. Få svarede, at de ikke kendte til festivalens hashtag. Enkelte anvendte kun de officielle hashtags til at se andres fotografier. Og endelig var der dem, som enten brugte det officielle hashtag, planlagde at bruge hashtagget eller godt kunne finde på at gøre det. Deres motiver var primært af stemningen og koncerterne, sekundært *selfies* eller hvis der skete noget sjovt. Endelig var der nogle af de interviewede gæster, der uddybede, at de ikke uploadede deres fotografier på Instagram, primært fordi mobildækningen var for dårlig på festivalpladsen, at det ville tage for meget af mobiltelefonens strøm, eller at de hellere ville være til stede og nyde festivalen.¹⁵⁰ Da festivalgæsterne blev spurgt om, hvorfor de i det hele taget delte fotografier på Instagram, svarede de bl.a., at det var for at dele deres oplevelser på festivalen. At signalere til andre, at man er på NorthSide, for at gøre venner misundelige eller drille nogen, der ikke er til stede, blev også nævnt som vigtige begrundelser for at dele fotografier på Instagram. En anden grund var for lettere at kunne mindes og huske sine egne oplevelser, når man havde delt dem på Instagram. Et enkelt tilfælde af festivalgæsterne svarede, at han delte sit fotografi for at kritisere festivalen, idet motivet var af en lang kø, et problem som han mente skulle have været løst bedre af festivalens arrangører.¹⁵¹

Som tidligere nævnt så valgte Den Gamle By ved 2014-projektet at etablere museets egen Instagram-profil, da museets personale havde erfaret ud fra det tidligere projekt, at dette ville fremme dialogen med brugerne. For yderligere at fremme dette etablerede de også et unikt hashtag til projektet: *#deldit2014*. For at kunne fange brugernes opmærksomhed hurtigt og opmuntre dem til at deltage i dokumentationen af 2014, blev der udviklet et logo, som et visuelt kendetegn for hashtagget og projektet. Logoet blev et *close-up*-motiv af et par fødder med henholdsvis en 1800-tals træsko på et brostensunderlag og lakerede tånegle i sandal på et underlag af asfalt. Motivet skulle koble det *image*, de fleste mennesker har af Den Gamle By med det nye fokus på samtiden, som 2014-indsamlingen repræsenterede. Desuden blev der udviklet et manilamærke med hashtagget

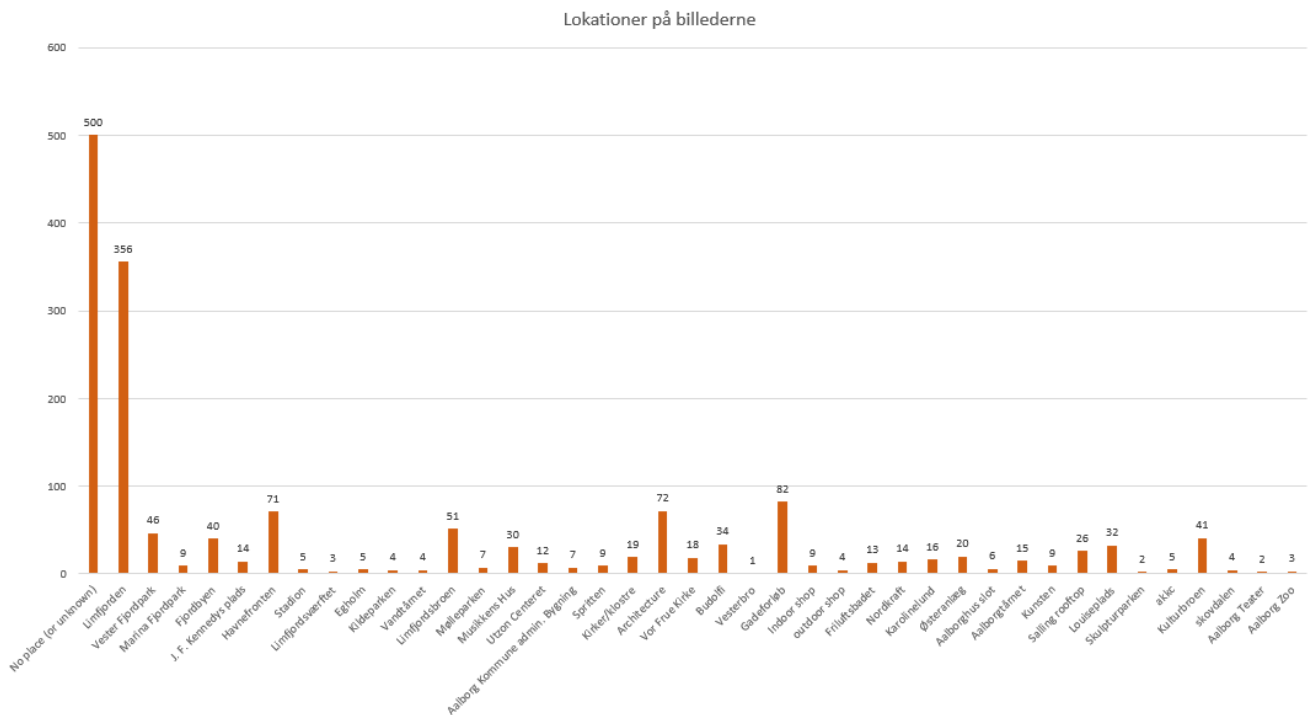
¹⁵⁰ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 83

¹⁵¹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 83-84

overgik museet hurtigt til blot at foregå under #deldit2014.¹⁵³

Motiv

Til kampagnen *#weloveaalborg* var det relevant at skabe overskuelighed over de indsamlede fotografier, og da det var motiverne, der var i fokus med henblik på at lave en udstilling, blev der foretaget en kvantitativ analyse af fotografiernes motiver. Denne blev udført ved at identificerer de forskellige geografiske lokationer i Aalborg, der blev afbilledet på fotografiernes motiver, samt hvilke typer motiver eller aktiviteter, der blev afbilledet. Nedenfor er der vist en graf over lokationerne, der afbilledes i de indsamlede fotografier:



Figur 2 De geografiske lokationer, der vises på #weloveaalborg kampagnens indsamlede fotografiers motiver¹⁵⁴

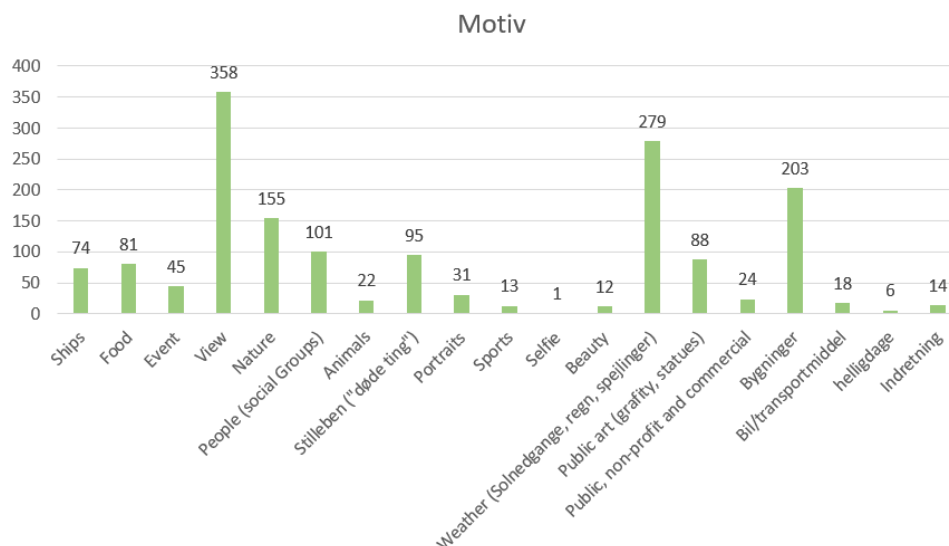
Hvis man ser bort fra de fotografier, der afbildede lokationer, som ikke kunne identificeres, så viser undersøgelsen, at Limfjorden var den mest anvendte lokation til at afbillede Aalborg. De øvrige anvendte lokationer var meget mere spredte over hele byen, hvor forskellige gadeforløb,

¹⁵² Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 85

¹⁵³ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 86

154 Bilag 2C

havnefronten og de to broer imellem Aalborg og Nørresundby viser sig at være de mere hyppigt anvendte lokationer for fotografiernes motiver. Nedenfor er der vist en graf over de indsamlede fotografiers motiver:



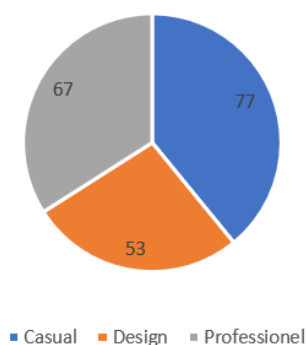
Figur 3 De forskellige motiver afbilledet på de indsamlede fotografier ved #weloveaalborg konkurrencen¹⁵⁵

Kategorierne *View*, der betyder udsigte eller landskaber, *Weather*, der betyder vejr og omhandler alt fra solnedgange til spejlinger i vandpytter, *Bygninger* og *Nature* er det mest anvendte motiver til at afbillede, hvad der er attraktivt og godt ved Aalborg. Ved at sammenligne disse resultater, kan man se, at de specifikke lokationer, bortset fra Limfjorden, ikke har været lige så meget i fokus, som de specifikke motiver, det har været muligt at optage på lokationerne, såsom bygninger, en smuk himmel, byens natur og selvfølgelig smukke udsigter over byens landskaber som helhed.

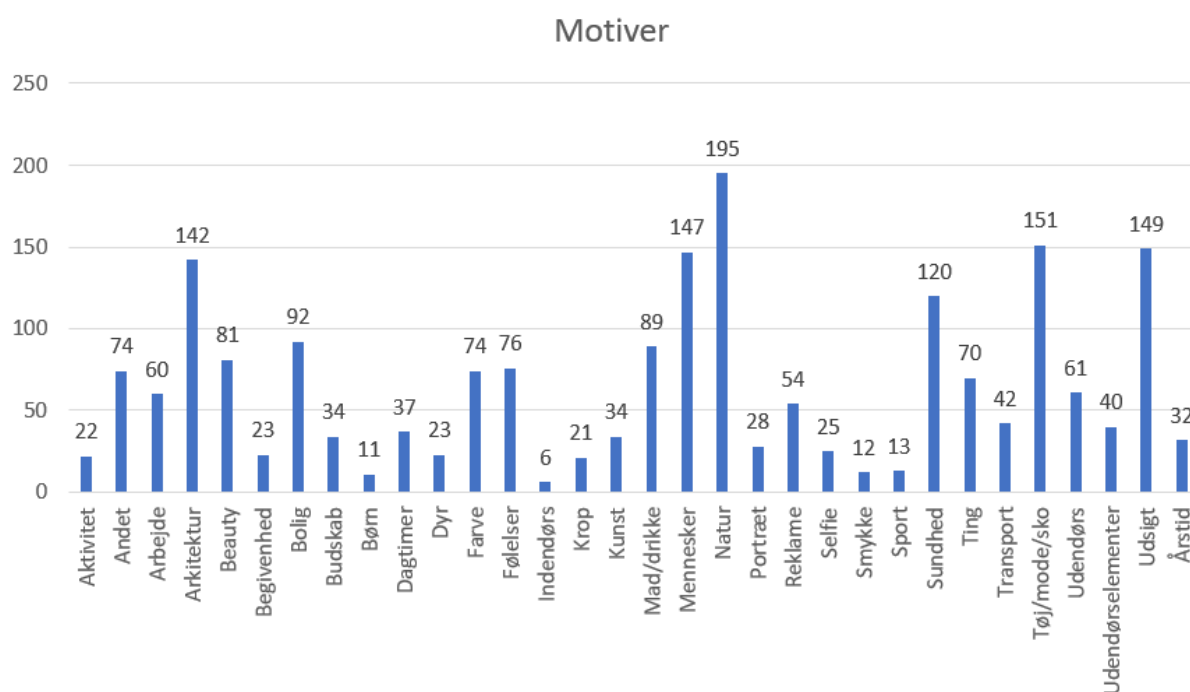
Ved projektet *Aalborg – Hashtag vs. Geotag* var motiverne på lokationsrelaterede fotografier i fokus, hvormed der blev foretaget en kvantitativ analyse af, hvordan de indsamlede fotografiers motiver fordelte sig i forhold til Manovichs tre motivtyper, nævnt i forskningsdiskussion, og en kvantitativ analyse af hvilke slags motiver, der afbilledes på motiverne. Identiske analyser blev foretaget for fotografierne indsamlet både med hashtagget og geotagget, men blev foretaget adskilt. Nedenfor er vist graferne for de to analyser for alle de indsamlede fotografier med hashtagget *#aalborg*: Bilag 3A og 3B

¹⁵⁵ Bilag 2C

Manovich's Coding



Figur 4 Manovichs kodning for #aalborg motiver¹⁵⁶



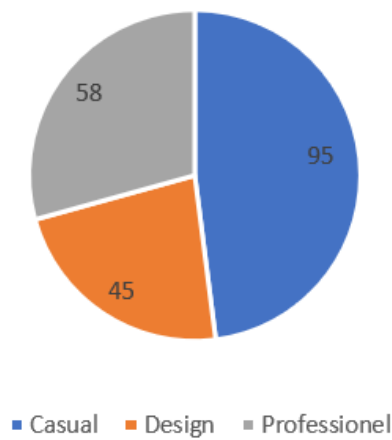
Figur 5 Kategorier for motiver afbilledet på opslag med #aalborg¹⁵⁷

Nedenfor vises grafterne for de to analyser af alle fotografierne der blev indsamlet via geotagget Aalborg, Denmark:

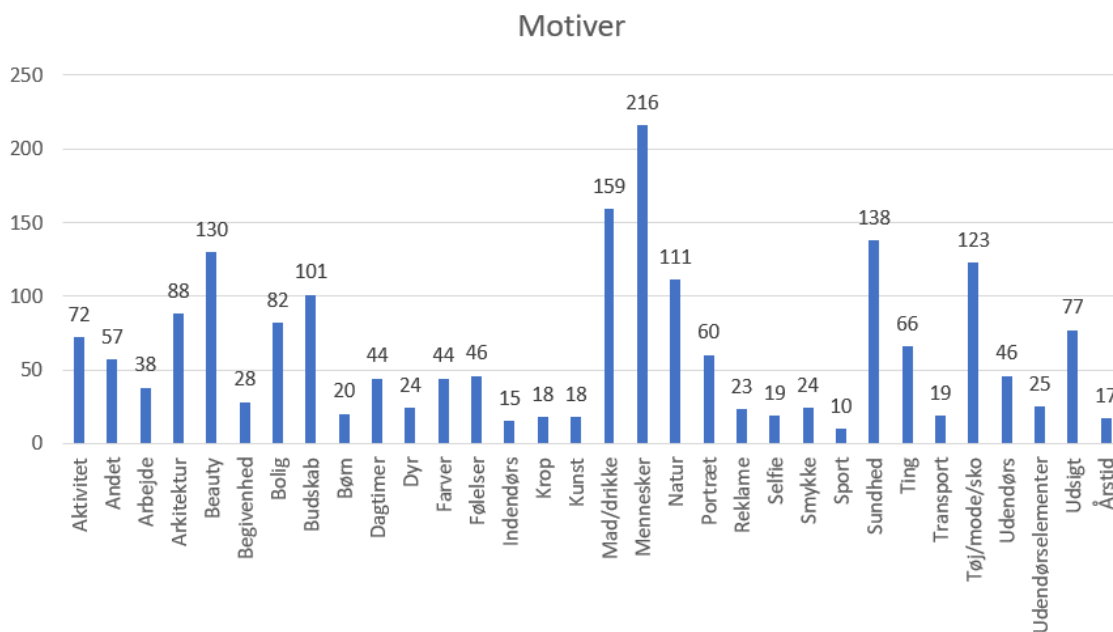
¹⁵⁶ Bilag 3A

¹⁵⁷ Bilag 3A

Manovich's Coding



Figur 6 Manovichs kodning for geotag Aalborg, Denmark motiver¹⁵⁸



Figur 7 Kategorier for motiver afbilledet på opslag med geotagget Aalborg, Denmark¹⁵⁹

Analyserne viser, at i forhold til Manovichs kodning af fotografier, som enten *Casual*, *Design* eller *Professional*, så er typen *Casual* den dominerende type både hos fotografierne med hashtagget *#aalborg* og geotagget *Aalborg, Denmark*, hvilket stemmer overens med Manovichs konklusioner om, at denne type generelt er den dominerende på det sociale medie Instagram. Tilfældet er dog størst ved fotografierne, indsamlet via geotagget. Fælles for begge er at *Professional* anvendes

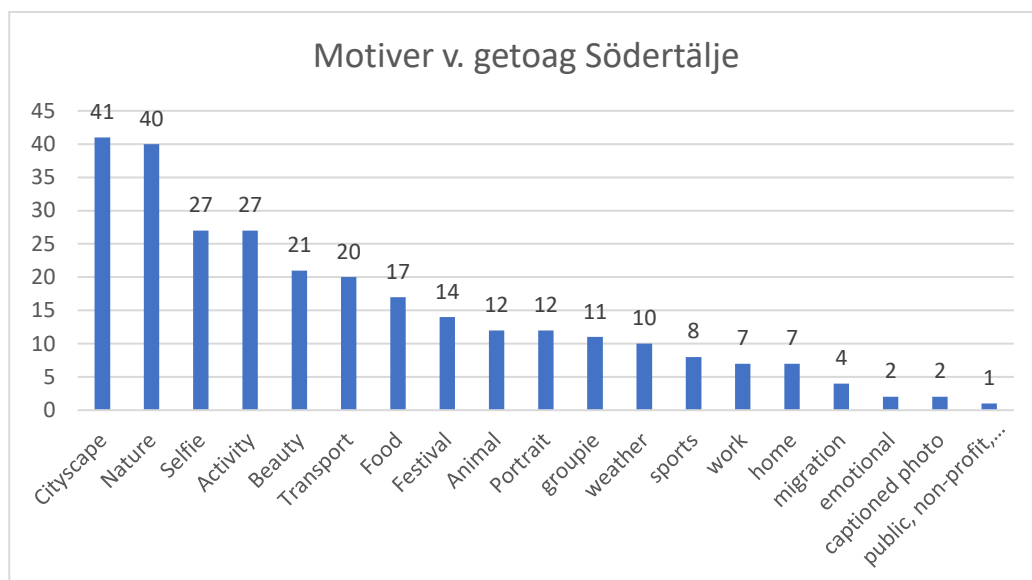
¹⁵⁸ Bilag 3B

¹⁵⁹ Bilag 3B

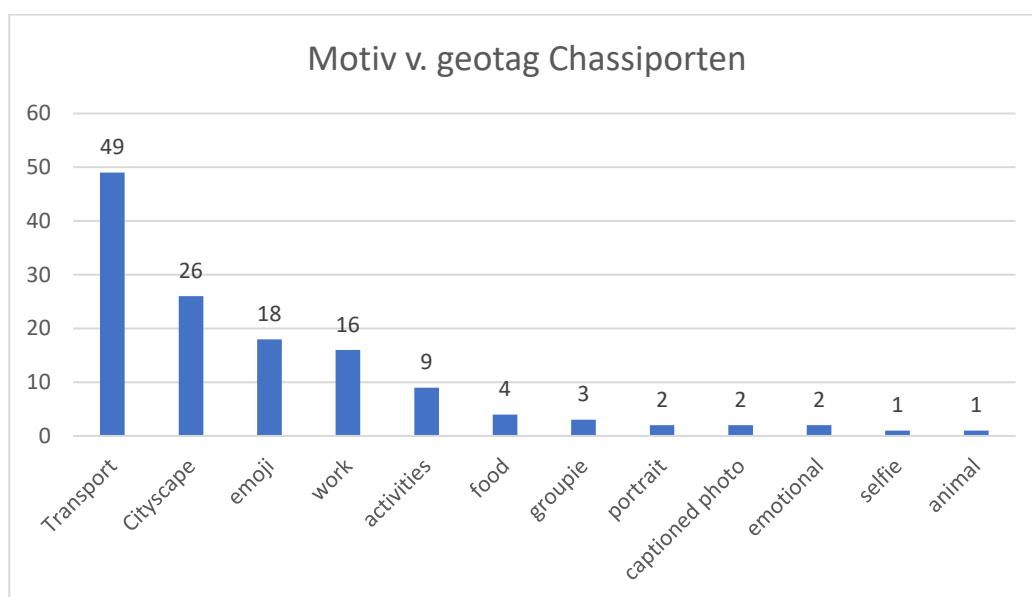
næstmest, imens *Design* anvendes mindst. Det var i forvejen erfaret, at man i det svenske projekt, med fokus på lokationen Södertälje, havde fravalgt at fokusere på hashtagget, da disse fotografier var domineret af kommercielle opslag, men hvad der på Aalborg Stadsarkiv blev erfaret, som også kommer til udtryk i graferne, så udgør reklamer og budskaber, der kunne argumenteres for som kommercielle, en meget lille del af det indsamlede materiale, både hos fotografierne med hashtagget og geotagget. Derfor fortsatte analysen af fotografier fra begge lokationsværktøjer. Ved analyse af fotografierne med hashtagget var de fem mest anvendte kategorier: Natur, Tøj/mode/sko, Udsigt, Arkitektur og mennesker, i den rækkefølge. Ved analyse af fotografierne med geotagget, var de frem mest anvendte kategorier: Mennesker, Mad/drikke, Sundhed, Beauty(skønhed) og Natur. Det vil sige, at hvor hashtagget anvendes, findes der primært motiver, der appellerer til indsamlingsarbejde med fokus på byrummets udseende, mennesker og beklædning, imens motiverne der primært findes på Instagram via geotagget, appellerer til indsamlingsarbejde med fokus på mennesker og dets fokus på at fremme skønhed og sundhed. Dette kan dog kun siges med sikkerhed om Aalborg på indsamlingsarbejdets tidspunkt, da dette kan skifte fra by til by og muligvis også over tid.

Ved projektet *Et studie af lokationsrelateret fotografi på Instagram af byen Södertälje i Sverige* blev det som sagt tidligt i projektet besluttet kun at have fokus på fotografier med geotagget Södertälje, da fotografier med hashtagget var domineret af kommercielle opslag, imens kun 30 % indeholdt fotografier med geografiske data fra den indre by. Fokus for projektet blev derfor skærpet til geotagget, og blev udvidet til at fokusere på i yderligere fire forstæders geotag.¹⁶⁰ Nedenfor ses graferne over de forskellige kategorier af motiver, der er afbilledet på de indsamlede fotografier med de forskellige 5 geotags:

¹⁶⁰ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5



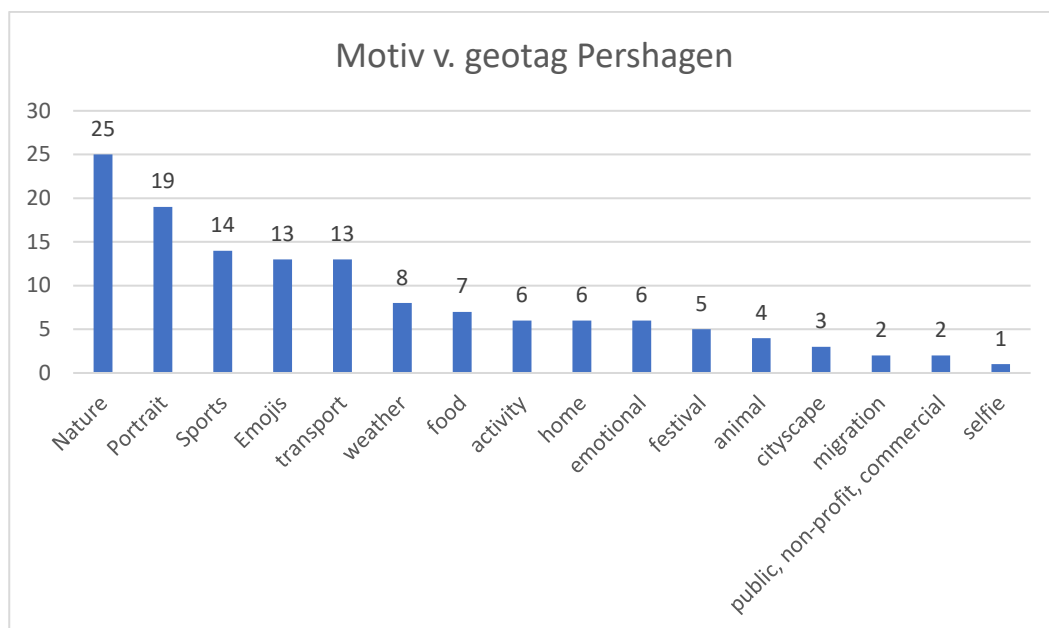
Figur 8 Motiver anvendt på fotografier med geotagget Södertälje.¹⁶¹



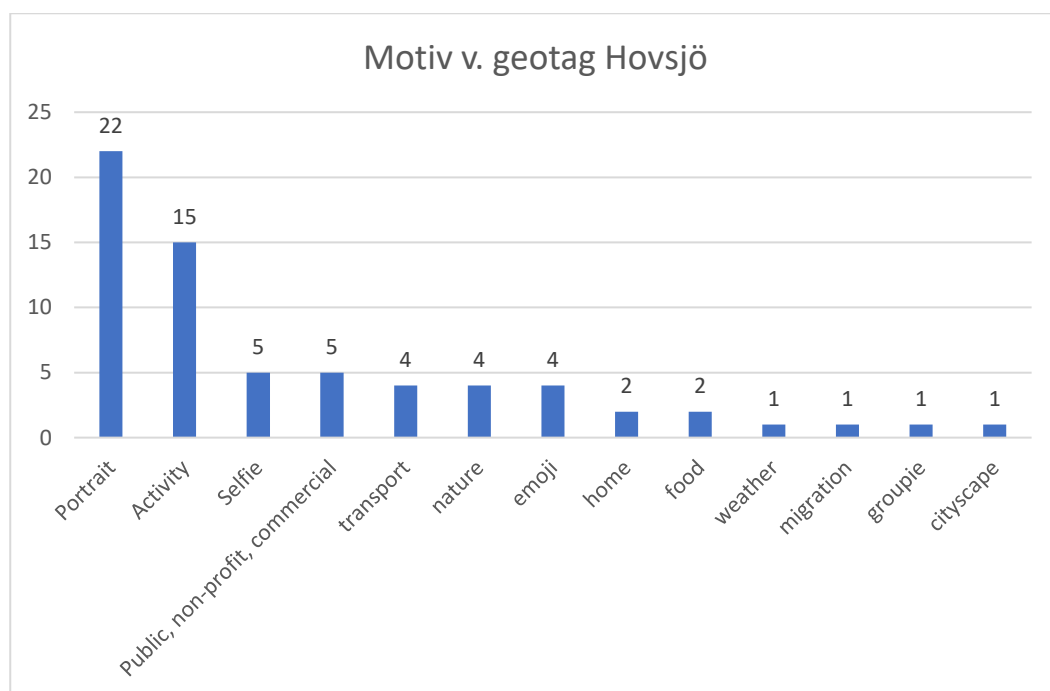
Figur 9 Motiver anvendt på fotografier med geotagget Chassiporten.¹⁶²

¹⁶¹ Kajsa Hartig og Elisabeth Boogh: "Log book study 01 Södertälje". Sidst ændret d. 10-04-2018.
https://docs.google.com/document/d/1f_qFLiQdWKW6owSJTHHnPkWgWXsl5c9DKDBjoMWliNs/edit# - Besøgt d. 24-05-2019 – s. 16-17

¹⁶² Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 17



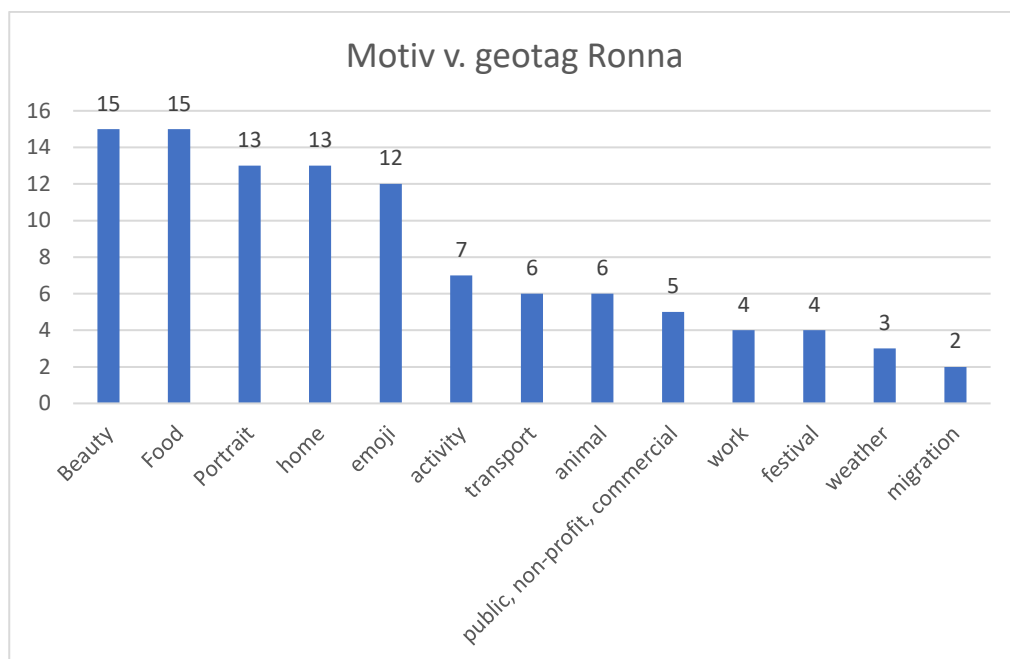
Figur 10 Motiver anvendt på fotografier med geotagget Pershagen.¹⁶³



Figur 11 Motiver anvendt på fotografier med geotagget Hovsjö.¹⁶⁴

¹⁶³ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 18-19

¹⁶⁴ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 19



Figur 12 Motiver anvendt på fotografier med geotagget Ronna.¹⁶⁵

Ud fra disse undersøgelser kunne personalet fra Stockholm Läns Museum og Nordiska Museet identificerer et mønster, da kategorierne for motiverne fremviste forskellige karakteristika fra de forskellige observerede områder. Dette tydede på at individerne som boede, arbejdede og tilbragte tid i disse områder deltog i forskellige aktiviteter og lavede opslag med forskelligt indhold. De observerede, at de hyppigste motiver fra byens centrum fra bybilleder og landskaber. Der var også et socialt økonomisk aspekt til, hvad der blev lagt op på Instagram, i de forskellige forstæder. I områderne med meget beboelse var de hyppigste motiver af natur, portrætter og sport, imens de hyppigste motiver i de mindre beboede områder var portrætter, aktivitet, selfies, skønhed og mad.¹⁶⁶

Med projektet *#juliaalborg* valgte personalet på Aalborg Stadsarkiv at indsamle både repræsentative fotografier og fotografier med specielle motiver fra hvert år,¹⁶⁷ hvor brugerne motiveres til at bidrage med fotografier på forskellig vis, bl.a. i 2018 ved at afholde en ugentlig lodtrækning om en præmie.¹⁶⁸ For at kunne analyserer, hvad der uploades med hashtagget, blev en analyse af motiverne for 2018 lavet, hvor byens forskellige lokationer blev identificeret, samtidig

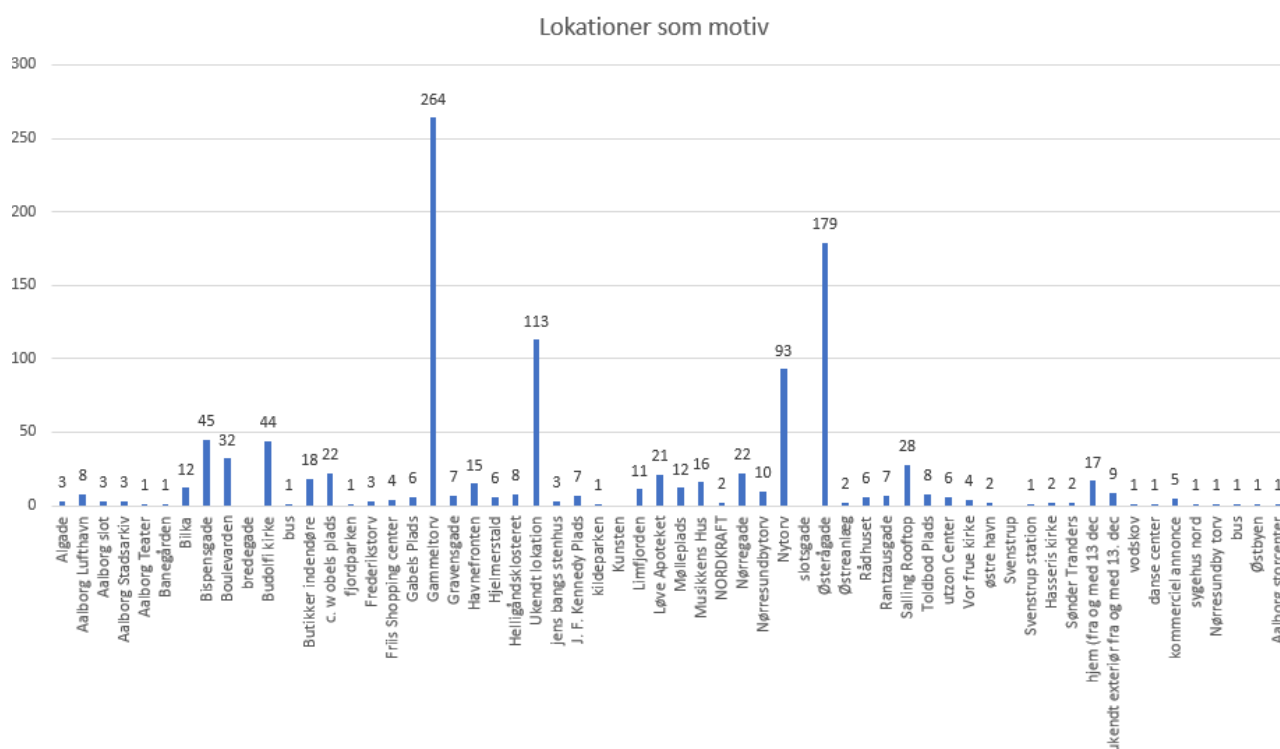
¹⁶⁵ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 20

¹⁶⁶ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

¹⁶⁷ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

¹⁶⁸ Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 02-12-18": <https://www.instagram.com/p/Bq448GcH62S/> - Besøgt d. 30-05-2019

med at hvad der sker på motiver blev kategoriseret. Nedenfor ses to grafer for hhv. lokationerne som motiv og kategorier for motiverne:

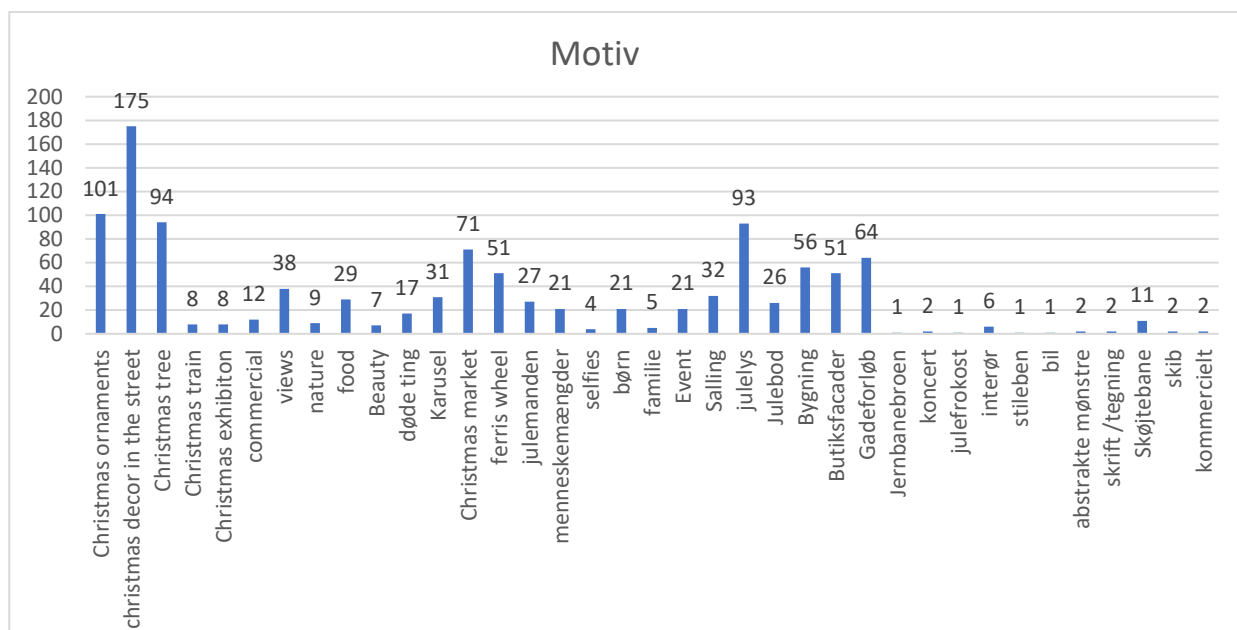


Figur 13 Motivanalyse af lokationer for kampagnen #juliaalborg18.¹⁶⁹

¹⁶⁹ Bente Jensen: "Motiv_sted_2018_bj". Senest ændret d. 21-05-2019.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/118MR2fUPSPaCnDIIsIp7j1nraehDR9aUlZZr6jyM_-Jk/edit#gid=1962815857

– Besøgt d. 24-05-2019



Figur 14 Motivanalyse af fotografiers motiver for kampagnen #juliaalborg18.¹⁷⁰

Ud fra de to grafer kan vi se en overensstemmelse imellem de favoriserede lokationer og motiver. De favoriserede lokationer er: Gammeltorv, Østerågade, Nytorv og Bispensgade, imens de favoriserede motiver er af: Gadejuleudsmykning, juledekorationer, juletræ, julelys og julemarkedet. Disse motiver findes også på disse lokationer, hvor Gammeltorv forståeligt nok er den mest populære lokation, da det er her, at det årlige julemarked er placeret og dekoreret med juleudsmykninger. Juletræet er også et populært motiv, der også er at finde ved krydset imellem Nytorv og Østerågade, hvilket ligeledes kan forklare favoriseringen af disse lokaliteter.

Ligesom ved de tidligere cases havde Den Gamle By også en interesse i at analysere og kategorisere sine resultater. Til indsamlingen af fotografier til *Aarhus rocks!*-udstillingen foretog museet en kvantitativ analyse af de uploadede fotografier, ved at inddele dem i fem kategorier: Koncerter, socialt samvær, generel stemning, Logo og kendemærker og til sidst Uvedkommende fotografier. Den sidste kategori var for at kunne sortere fotografier fra, der ikke havde relevans for udstillingen.¹⁷¹ Ud fra denne analyse kunne museet konkludere, at for Danmarks Grimmeste Festival fylder kategorierne socialt samvær og koncerter i 2014 næsten lige meget, hvilket er en udvikling fra 2013, hvor samværet også fyldte meget, men i 2014 steget denne med 10 procent. For festivalgæsterne har der ikke været fokus på festivalens logo eller andre kendemærker, i modsætning til koncerter og socialt samvær der er mere i fokus. Koncerterne og den generelle

¹⁷⁰ Jensen: "Motiv_sted_2018_bj"

¹⁷¹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 79

stemning fylder mest på festivalen SPOT, hvor det sociale samvær ser ud til at være mindre vigtigt. Festivalens logo og kendemærker fylder mere ved SPOT end Danmarks Grimmeste Festival. Museet antager, at dette skyldes det stærke *brand*, samt at SPOT til forskel fra de to andre festivaler foregår indendørs på en lang række spillesteder i byen.¹⁷² Fotografierne fra NorthSide viser en lidt anden benyttelse af mediet på denne festival og en udvikling fra 2013 til 2014. Hvis man sammenligner fotografierne fra 2013 og 2014 viser disse, at den generelle stemning er mere i fokus end socialt samvær. Hvor NorthSide i 2013 havde størst fokus på koncerter og socialt samvær, er det koncerter og den generelle stemning, der fylder mest på fotografierne fra 2014. Procentdelen af fotografier med festivalens logo og kendemærker er for begge år også meget større, end på de to andre festivaler.¹⁷³ Museet erfarer her at koncertoplevelsen anno 2013 og 2014 altså er meget mere end bare musik. Socialt samvær og generel stemning er mindst lige så vigtigt for festivalgæsterne som selve koncerterne og musikken.¹⁷⁴

Den Gamle By erfarer en forbindelse imellem deres anvendelse af hashtags og resultaterne i form af de indsamlede fotografiers motiver, under *#deldit2014*-projektet. Som tidligere nævnt så forsøgte museet under projektet også at anvende emne-hashtags, for at spore brugerne ind på nogle specifikke motiver, men de erfarede at resultaterne for dette ikke var overvældende. Museet antager, at en mulig forklaring på dette kunne delt være, at de eftersøgte motiver med emne-hashtags, for eksempel fotografier af køkkener eller badeværelser, ikke er fotografiske motiver, der normalt ville blive delt på Instagram. De erfarede altså, at hvis man eftersøgte atypiske motiver, i forhold til hvad normen for motiver er på Instagram, så ville resultatet være meget lavt. De antog også, at lanceringen af flere officielle hashtags ikke var en fordel, da selvopfundne hashtags skulle være mere populært og at det krævede mere arbejde at lancere og promovere de officielle hashtags.¹⁷⁵ Det totale resultat for anvendelsen af hashtagget *#deldit2014* var ved udgangen af 2014, indsamlingen af ca. 300 fotografier med tilhørende metadata om tid, sted, tanker, følelser og tendenser. Ved at inddrage brugerne på Instagram i den visuelle dokumentation af 2014 erfarede museet, at de fik adgang til kulturarvsmateriale, der ikke ville kunne skabes på anden vis. Fotografiernes motiver indebar fotografier af et barn foran et fladskærms-tv, mødre med Halloween-græskar eller indretningstableauer med de nyeste Kähler-vaser, hvilket ifølge museet vidner om

¹⁷² Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 82

¹⁷³ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 82-83

¹⁷⁴ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 83

¹⁷⁵ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 86

et individs syn på egen tid og på hvad, der menes at være vigtigt at dokumentere i øjeblikket, hvor fotografiet blev taget.¹⁷⁶

Proveniens

Under arbejdet med kampagnen *#weloveaalborg* erfarede man på Aalborg Stadsarkiv, at brugen af Instagramplatform ikke alene kan give alle de nødvendige oplysninger om fotografierne, der er behovet, når et fotografi skal optages i arkivets samlinger. Ikke alle brugere anvender geotags eller beskriver, hvad fotografierne afbilleder. Nogle fotografier var tydeligvis ældre, altså ikke fra konkurrencens tidsperiode, hvormed tidspunktet for fotografiets tilblivelse ikke kunne fastsættes uden assistance fra fotografen, der havde optaget fotografiet og uploadet det på Instagram. Motiverne var heller ikke altid beskrevet. Kontakt til Instagrambrugeren, der havde uploadet fotografiet og gennemgribende internetsøgninger af arkivets personale var derfor nødvendige for at opfylde kravene om proveniens og kontekstdokumentation. Det var også under dette projekt, at Stadsarkivet opdagede, at afleveringskontrakterne kun eksisterede på dansk, og derfor var nødvendige at oversætte til engelsk for at kunne blive forstået og underskrevet af fotografen, og dermed sikre indsamling og optagelsen af nogle af fotografierne i Stadsarkivet samlinger. Afleveringskontrakterne var heller ikke tilpasset afleveringen af digitale filer til Stadsarkivet, hvilket skabte forvirring hos Instagrambrugerne, da kontrakten tog hensyn til bevaring og kassationsspørgsmål, hvilket ikke var relevant i dette tilfælde, da brugerne kun afleverede en kopi af deres originale digitale filer af fotografierne, og derfor ikke så mening i at give tilladelse til, at Stadsarkivet måtte kassere fotografierne. Det sociale aspekt af fotografierne og den sociale kontekst fotografierne er en del af på Instagram blev forsøgt bevaret, ved at Stadsarkivet bevarede screenshots af opslagene på Instagram, og lavede beskrivelser af fotografiets sociale tilknytning til konkurrencen ved journaliseringen og registreringen af fotografierne på Arkibas 5.

Til projektet *Aalborg – Hashtag vs. Geotag* var der, som tidligere nævnt, kun fokus på en passiv dokumentation af motiverne på lokationsrelaterede fotografier på Instagram. Det betød, at der ikke blev fokuseret på den efterfølgende praktiske bevaring af fotografierne eller dokumentation af proveniens. Uden kontakt med brugerne var der de samme problemer med at opfylde arkivpraksissernes krav til proveniens som til *#weloveaalborg*, og Stadsarkivet var overladt til at gætte på relationerne imellem opslagenes fotografier, den tilhørende tekst og de tilknyttede hashtags.

¹⁷⁶ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 86

Under projektet *Et studie af lokationsrelateret fotografi på Instagram af byen Södertälje i Sverige*, var der heller ikke fokus på bevaringsspørgsmålet, da der var mere fokus på selve undersøgelsen af Instagrams lokationsfunktioner som indsamlingsværktøjer. Her anerkendes dog vigtigheden af at indsamle metadata for at sikre fotografiernes kontekstforståelse. Ved den supplerende konkurrence og uploadningen af fotografier til indsamlingsplatformen Samtidsbild forklarer Stockholm Läns Museum, at de mistede al konteksten til de sociale medier, til fordel for at indsamle bedre fotografier med en bedre kvalitet. De forklarer, at fotografierne blev komplementeret med screenshots fra Instagram, for at bedre at bevare dette, men at det ikke sikrer bevaringen af hele helheden og at de personlige data og den personlige interaktion var blevet nødt til at blive anonymiseret. De uddyber også, at det ikke er muligt at bevare hele opslagets samtale på et screenshot.¹⁷⁷

Det sociale aspekt hos fotografierne, ved at indgå i en sociale mediekontekst, skaber også bevaringsproblemer ved projektet *#juliaalborg*. Indsamlingspraksissen er her stadig en tilpasning fra indsamlingspraksisserne af analoge fotografisamlinger, hvor det kun er fotografiet, ikke den tilhørende tekst, der bliver bevaret med tilladelse fra fotografen. Det betyder at indsigten i kompleksiteten ved fotografier på sociale medier, som en blanding af fotografi, tekst og platform, er ikke inkorporeret til praksissen endnu. Personalet på Aalborg Stadsarkiv anser dette for at bekræfte, at arbejdspraksisser på kulturarvsinstitutioner er svære at ændre på og tilpasse til nye medier.¹⁷⁸

Under projektet *Aarhus rocks!* blev de udvalgte fotografi eksempeler fra de fire analysekategorier gemt i arkivets samlinger både som almindelige fotografifiler og som screenshots, med fotografiets metadata om dato, tekst, kommentarer, antal likes og brugernavnet, samt tilladelsen til at museet må bevare og benytte fotografiet. Den Gamle Bys personale mener, at dette er tilstrækkeligt til at skabe et varigt produkt af undersøgelsen i museets eget system eksternt fra Instagram, og kan betragtes som en egentlig museal indsamling af en række visuelle brugerudsagn om festivaloplevelsen i Aarhus anno 2014.¹⁷⁹ Til udstillingen undgik museet at skulle søge om en uoverskuelig mængde brugstilladelser af et stort antal Instagrambrugere, ved at vise fotografierne på skærme på deres originale opslag på Instagram, hvor brugerne selv har gjort fotografierne fuldstændigt tilgængelige.

¹⁷⁷ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 21

¹⁷⁸ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

¹⁷⁹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 84

En ulempe ved dette anser museet dog for at være, at de frasorterede irrelevante opslag ikke kan undgås på platformen, hvormed disse utilsigtet bliver vist frem på udstillingen.¹⁸⁰

Til projektet *#deldit2014* giver Den Gamle by udtryk for, at denne mængde af fotografier var af et mere overskueligt omfang, sammenlignet med mængderne af fotografier tilvejebragt fra de tre festivaler, i forhold til at foretage kvalitative undersøgelser på disse, samt i forhold til at indsamle tilladelser og downloade til museets eget IT-system.¹⁸¹ Til trods for de øvrige cases' udsagn om problematikkerne ved at bevare de sociale aspekter og kontekster ved fotografierne, så giver Den Gamle By udtryk for, at det brugerskabte materiale er velegnet til samtidsdokumentation af såvel materiel som immateriel kulturarv. Materielt ved at vise et konkret motiv, og immaterielt igennem brugerens kommunikative udsagn om sig selv og det valgte motiv.¹⁸²

¹⁸⁰ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 84

¹⁸¹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 87-88

¹⁸² Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 88

Diskussion

Under analysen af de seks casestudier, er der flere aspekter ved at anvende den sociale medieplatform Instagram til indsamlingsformål. Et eksempel på dette er, hvordan tekst, tags og fotografier arbejder sammen på platformen og komplementerer hinanden. Ved flere af casene bringes brugen af flere hashtags på banen både fra kulturinstitutionernes perspektiv og brugerne. Manovich beskriver brugen af flere hashtags, som at være et værktøj for Instagrambrugerne til at sprede fotografierne eller opslagene til flere fællesskaber, og til at tilegne fotografiet en bestemt betydning, kontekst eller følelse.¹⁸³ Med tanke på denne meget subjektive måde brugerne kan anvende flere hashtags, så kunne hashtags som *#juliaalborg* og *#welove aalborg* opfattes og anvendes som en følelse, frem for kun at være beskrivende. Med dette menes der, at der ikke kun fotograferes, hvad der er godt eller forestiller julen i Aalborg, men også hvad der føles som godt eller jul for folk der bor i eller besøger Aalborg. Dette kan være en forklaring på, de meget alsidige resultater, der medfører at anvende hashtags og Instagram generelt som en indsamlingsplatform. Med tanke på indsamlingen af data om brugen af hashtags og tekst generelt under casestudierne *Aalborg – Hashtag vs. Geotag*, *#welove aalborg* og studiet af lokationsrelaterede fotografier af byen Södertälje, at hashtags kan være blevet anvendt af brugerne for at identificere hvilket område de har befundet sig i, da de tog fotografiet, men ikke da de uploadede fotografiet, hvilket giver hashtags som *# aalborg* og *#södertälje* den samme funktion som et geotag.¹⁸⁴ Dette kan være relevant ved brug af Instagram, da brugerne oftere anvender hashtags end geotags, hvilket observeres af studiet af hashtagget *#södertälje* og geotagget Södertälje. Det har dog konsekvenserne, at selvom alle har adgang til præcis de samme funktioner på platformen og den samme brugerflade, så er der etableres der videnshuller når man anvender Instagram til at forstå en lokation, da ikke alle borgere anvender Instagram eller sociale medier generelt, hvormed ikke alle områder af en by bliver afbilledet eller i lige grad eller på samme måde.¹⁸⁵ Dette er specielt synligt i de forskellige resultater fra Studiet af Södertälje, hvor fotografierne med geotags fra de forskellige forstæder ikke har de samme motiver i fokus eller i samme grad som fotografierne fra byens centrum.¹⁸⁶ Det er også klar ud fra casestudierne, at man ikke kan indskrænke en indsamling via Instagram så meget, at såkaldt irrelevant materiale for indsamlingen kan undgås, da man ikke har eneret over hashtags. Disse er tilgængelige for Instagrambrugere over hele verden, hvormed Den

¹⁸³ Manovich, Tifentale, Yazdani og Chow, "The Exceptional and the Everyday" s. 82

¹⁸⁴ Bilag 2B, 3A og 3B

¹⁸⁵ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

¹⁸⁶ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 16-20

Gamle By argumenterer for at man undertiden ser, at der deles fotografier med de officielle eller selvopfundne hashtags, som intet har med emnet i fokus at gøre.¹⁸⁷ Sammenligner man Interviewene, foretaget af Den Gamle By, med DRs medierapport fra 2013 bekræftes det, ifølge museet, at brugen af officielle hashtags er lavere end brugen af selvopfundne hashtags. Antallet af indkomne fotografier under officielle hashtag er derimod stadig meget højt og stigende over tid, eksempelvis fra indsamlingen af fotografier ved festivalerne i 2013 til 2014. Det kan være tegn på flere tendenser, mener Den Gamle Bys personale: Enten er brugen af de officielle hashtags blevet mere almindeligt, måske fordi man *samtidig* også benytter egne selvopfundne hashtags. Eller også har en meget aktiv kommunikationsstrategi, af de faciliterende organisationer eller institutioner, fået hashtagget ud til gæsterne mere effektivt, hvormed det officielle hashtag er blevet til det primært anvendte. Endelig er det en mulighed, at der er delt langt flere fotografier fra festivalen uden det officielle hashtag, som ikke er mulige at identificerer.¹⁸⁸ Med udgangspunkt i *#juliaalborg* projektet, kan man forestille sig, at ved at have et generelt hashtag, der har fået lov til at blive velkendt af brugerne over flere år, har Stadsarkivet formået at gøre det lettere for dem selv at gøre de nye unikke hashtags for hvert år lettere at kommunikerer ud til brugerne, da der kun er tale om en tilføjelse af et tal til det allerede velkendte hashtag. Men ved at se forskellen imellem fotografierne fundet via det generelle hashtag og det unikke,¹⁸⁹ gøres det også klart, at der højest sandsynligt er flere brugere der uploader fotografier med de ønskede motiver, der ikke er mulige at finde, da de ikke anvender et velkendt hashtag. Anvendelse af Instagram som indsamlingsplatform ved brug af tags kan generelt være problematisk, da den er afhængig af platformens søgemaskine, inklusiv dennes begrænsninger som genfindingsværktøj. Denne er nemlig først og fremmest ikke kronologisk opbygget, hvormed fotografier tilknyttet et meget populært hashtag bliver genfundet i en ikke-kronologisk orden. Dette skyldtes, at Instagramplatformen er designet til at fremfinde de mest relevante og aktuelle opslag, hvormed den kronologiske fremvisning af opslag ikke bevares, jo ældre opslagene er.¹⁹⁰ Søgemaskinen er også begrænset til at kunne genfinde Brugernavne, hashtags og geotags, hvormed en tidsmæssig begrænsning ikke kan tilknyttes søgningen. Dette kan forklare, hvordan unikke hashtags kan være et mere overskueligt værktøj, da man sikrer sig en tidsmæssig begrænsning på det genfundne materiale, hvor man ved et allerede etableret hashtag, kan få problemer med at sikre, at alle de relevante opslag lagt op indenfor en bestemt tidsramme kan blive

¹⁸⁷ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 80-81

¹⁸⁸ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 84

¹⁸⁹ Bilag 4

¹⁹⁰ Instagram.com "#weloveaalborg – opdatering d. 30-05-19":

<https://www.instagram.com/explore/tags/weloveaalborg/?hl=da> – Besøgt d. 30-05-2019

genfundet. Under projektet med fokus på byen Södertälje, observerede Stockholm Läns Museum, at partipatoriske metoder var nødvendige ved brug af hashtag og/eller geotags som et indsamlingsværktøj, da brugen af hashtags blev erfaret som værende en del af menneskelig samtale og interaktion på de sociale medier, påvirket af individerne, tid og rummet. Personalet på Nordiska Museet og Stockholm Läns Museum mener derfor, at museer og arkivers personale er nødt til at udvikle interaktive og deltagende strategier og arbejdspraksisser, der som minimum sikre forståelsen og bevaringen af fotografiernes sociale kontekst, ved at institutionerne selv lære at begå sig på platformen og interagerer med brugerne.¹⁹¹

En anden konsekvens ved at anvende hashtags, som brugerne har mulighed for at tilegne en subjektiv betydning eller rolle, er at produkterne ved indsamlingsprojekter, såsom *#weloveaalborg*, bliver meget alsidige og ikke nødvendigvis, hvad arkivet forventede eller eftersøgte, på godt og ondt.¹⁹² Ved at overlade fortolkningen af hashtagget meget til brugerne, resulterer dermed også et højt krav til institutionen, der indsamler fotografierne og skal overskue og sorterer disse efter motiver, eksempelvis igennem en konkurrence ligesom ved projekterne *#juliaaalborg* eller *#weloveaalborg*.¹⁹³¹⁹⁴ Under *#weloveaalborg* konkurrencen, betød det også, at der under udvælgelsesprocessen af juryen skulle sorteres igennem et stort antal brugervalgte motiver, der skulle snævreres ind til 20 fotografier, der tilfredsstillede alle samarbejdspartnernes mål med konkurrencen. VisitAalborg havde fokus på at promoverer Aalborg som en god turismestedestination, Aalborg Stadsarkiv havde fokus på dokumentation af Aalborgs byrum, imens Kunsthall NORD havde fokus på at udvælge fotografier, der overholdte bestemte æstetiske regler indenfor kunst og fotografi. At indgå i et projekt med flere samarbejdspartnere kan altså sikre udbredelsen af en kampagne, men det inddrager også flere bagvedliggende motivationer til at deltage i kampagnens samarbejde, som skal tilfredsstilles, hvormed indsamlingens produkter påvirkes af andre perspektiver en kulturinstitutionens.¹⁹⁵ En forventningsafstemning er altså vigtig at indgå med samarbejdspartnerne, for at alle bliver tilfredse med indsamlingens resultater. Den Gamle By erfaringer med brugen af Instagram til samtidsdokumentation viser også, at der kan indsamles store mængder empiri ved at lægge sig op ad eksisterende officielle hashtags, som kommercielle aktører i forvejen promoverer, hvormed samarbejdet gjorde det lettere for museet at fokusere på selve

¹⁹¹ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

¹⁹² Bilag 2C

¹⁹³ Bilag 2C

¹⁹⁴ Jensen: "Motiv_sted_2018_bj"

¹⁹⁵ Dette er mine egne observationer under min deltagelse i denne konkurrences udførelse.

analysearbejdet. At stå alene med både promoveringen af en kampagne og dennes officielle unikke hashtag, samtidig med at kunne indsamle og analyserer de uploadede fotografier, blev erfaret som at give en mere direkte kontakt med brugerne, men det krævede også en større indsats fra museets side af.¹⁹⁶ Der er altså fordele og ulemper ved at inddrage andre samarbejdspartnere i forskellig grad, hvormed en rollefordeling og forventningsafstemning er specielt relevant for samarbejdet resultat.

De fælles erfaringer med relationerne mellem hashtags og fotografier på Instagram for alle casestudierne er, at disse kun kan forstås ordentligt igennem en god kommunikation med brugerne. Som det beskrives af Den Gamle By, så erfarede de med *#deldit2014* projektet, at man i et åbent og brugerstyret miljø som Instagram agerer, som institution, fuldstændigt på brugernes præmisser. At lancere forskellige emne-hashtags under projektet og dermed bede brugerne om at fotografere noget, som museet havde besluttet, generede ikke mange opslag. Ideen med emne-hashtags var et forsøg på at lette analysearbejdet for museumsmedarbejderne, men det resulterede ikke i et højt engagement hos brugerne. Den Gamle Bys personalet fornemmede derfor, at jo løsere rammer der er for brugerne, og jo mere de selv kan bestemme, jo rigere bliver perspektivet og deltagelsen i indsamlingsprojektet.¹⁹⁷ Hashtagget skal altså have en bestemt fokus, for at være sikker på at indsamle relevante resultater, men det skal ikke være så låst, at det afskrækker brugerne for at deltage. Den løbende formidling til brugerne under konkurrencen *#weloveaalborg* viste sig også at være effektiv, i forhold til at opmuntre flere brugere til at deltage, da der kunne ses en stigning i uploades både fra de allerede aktive deltagere og nye deltagere, efter at nye opslag med formidling og opmuntring om konkurrencen blev lagt op.¹⁹⁸ Ved den supplerende konkurrencen under projektet *#södertälje* erfarede personalet også at konkurrencen og formidling til brugerne om denne tilføjede en kontekst til projektets fokus på at indsamle sociale fotografier på de sociale medier, hvilket gjorde det lettere for brugerne at forstå museets interesse i at indsamle fotografier af det almindelige hverdagsliv.¹⁹⁹ Dette kan relateres til arkivforskeren Jessica Bushey, der argumenterer for vigtigheden ved at informerer fotografier, altså i dette tilfælde Instagrambrugerne, om indsamlingsprojektet og hvad der er relevant at informerer om, så brugerne ved, hvilke oplysninger der er nødvendige at dele med kulturinstitutionerne, samt hvad der er efterspurgt af arkivet i forhold til valg af motiver.²⁰⁰

¹⁹⁶ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 88

¹⁹⁷ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 86

¹⁹⁸ Bilag 2A

¹⁹⁹ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

²⁰⁰ Bushey, Jessica. "Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms." s. 1561

Ved casestudierne, med undtagelse af *#deldit2014*, er der blevet anvendt hashtags med fokus på en by eller og ofte et emne eller en følelse, eksempelvis *#juliaalborg* og *#welove aalborg*. Det er erfaret, at disse meget alsidige og subjektive hashtags ikke sikrer dokumentationen af hele byen, der er i fokus, hvilket gør det muligt at hashtagget skal være mere specifikt og fokuserer på bestemte dele af byen, måske endda et område ad gangen, hvis man ønsker en mere fyldestgørende dokumentation af byens forskellige områder. Dette kan ses tydeligt i projektet om motiver af Södertälje på Instagram, da geotaggene for de forskellige forstæder genererede forskellige resultater, både fra hinanden og fra det generelle geotag for Södertälje, på trods af at alle områder hører inde under byen Södertälje.²⁰¹ Det samme kan være tilfældet for Aalborg, da der teknisk set kan menes flere ting med brugen af et bynavn: byen selv, byens centrum eller hele kommunen, hvor flere byer hører inde under samme byens navn. Denne mulighed er tydelig ud fra resultaterne ved projektet *#juliaalborg*. Her var der nemlig mange fotografier der havde fokus på lokationer der var centreret omkring byens centrum, samtidig med at enkelte fotografier var taget i andre byer indenfor Aalborg kommune, for eksempel var der 10 fotografier med fokus på lokationer i Nørresundby.²⁰² Med emne-hashtaggene erfarede Den Gamle By, at hvis man eftersøger meget specifikke, muligvis atypiske, motiver, i forhold til hvad normen for motiver er på Instagram, så ville resultatet være meget lavt. De antog også, at lanceringen af flere officielle hashtags ikke var en fordel, da selvopfundne hashtags skulle være mere populært og at det krævede mere arbejde at lancere og promoverer de officielle hashtags.²⁰³ Her er jeg uenig, da jeg godt tror at det kan lade sig gøre, men at kun en uges lancering af et nyt hashtag, som i tilfældet med emne-hashtaggene, er for kort tid, hvis man ønsker at indsamle meget dokumentation, da det tager tid at lancere og promoverer at officielt unikt hashtag. Den store forskel mellem indsamlingspraksissen ved casestudier *Aalborg – Hashtag* vs. *Geotag* og *#södertälje* er, at man i tilfældet med Aalborg valgte ikke at fokuserer på enten hashtagget eller geotagget, da forskellen i andelen af kommercielle opslag ikke var så drastisk eller så forskellig fra de to typer tags, som i tilfældet med Södertälje.²⁰⁴ Dette kan skyldes forskellen i størrelse på de to byer, da Aalborg kommune har 215.328 indbyggere

²⁰¹ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 16-20

²⁰² Jensen: "Motiv_sted_2018_bj"

²⁰³ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 86

²⁰⁴ Bilag 3A og 3B

pr. 1. januar, 2019²⁰⁵ og Södertälje kommune har 97.381 indbyggere pr. 31. december, 2018.²⁰⁶ Det kan argumenteres for, at siden Instagram er en meget brugerstyret platform, så kan de større byer bedre sikre et mere ligevægtigt resultat ved brug af både hashtags og geotags.

I forhold til det praktiske bevaringsspørgsmål, så er det tydeligt at se ud fra de analyserede casestudier, at Instagram ikke kan give alle de nødvendige oplysninger om fotografierne alene, og det er ikke almindelig praksis for brugerne at anvende geotags eller tilføje kontekstinformation i form af beskrivelser af, hvad fotografierne afbilleder. Derfor er brugerne nødt til at blive motiveret igennem formidling eller anden form for kommunikation, for at sikre at de nødvendige oplysninger bliver tilknyttet de indsamlede fotografier. Med projektet *#södertälje* blev det også erfaret, at brugerne på Instagram har lige så meget brug for en kontekstforståelse, som kulturinstitutionen, før de kan bidrage med brugbart og bevaringsværdigt materiale, og kan tage højde for dokumentation af proveniens og kontekst.²⁰⁷ Ved casene er der generelt ikke meget fokus på den praktiske bevaringsproces, da institutionerne har mere fokus på udviklingen af viden om, hvordan Instagram kan anvendes til indsamlingsformål. Jeg mener dog at bevaringsspørgsmålet og sikringen af bevaringen af proveniens og kontekst hos det indsamlede materiale burde være lige så meget i fokus. Der konkluderes dog af arkivaren Bente Jensen og museumsarbejderne Kajsa Hartig, Anni Wallenius og Elisabeth Boogh, der udførte flere af disse projekter, at partcipatoriske metoder er nødvendige at anvende, når man bruger Instagram som en indsamlingsplatform, da indsamlingen skal foregå på tidspunktet, hvor de sociale fotografier bliver uploadet, hvis man ønsker at sikre ikke kun indsamlingen af de relevante metadata og fotografiernes kontekster, men også for at sikre at fotografierne bliver bevaret inden de slettes eller brugeren gør sin profil privat, hvormed institutionerne ikke kan se fotografierne. Hermed bekræfter de mine antagelser om, at moderne arkiver og museer er nødt til at involverer sig og kommunikerer med brugerne, altså skaberne af fotografierne, i et tidligt stadie af fotografierne uploading på de sociale medier, hvis de ønsker at bevarer fotografisk dokumentation via sociale medier såsom Instagram.²⁰⁸ Den Gamle By identificerer igennem deres projekter en række tekniske problemer i brugen af Instagramfotografier.

²⁰⁵ Aalborg Kommunes Statistik om Folketal 2019: Hele Kommunen - Befolkningen pr. 1. januar efter alder - i alt. Udgivet af Aalborg Kommune.

Internetadresse: http://apps.aalborgkommune.dk/statistik/webaarbog/Folketal2019/Struktur/Hele_Kommunen/indexleve11/HeleKommunen1aarsaldersklasser.html - Besøgt d. 28.05.2019

²⁰⁶ Södertälje kommun: Snabbstatistik om Södertälje kommun. Udgivet af Magnus Lundin.

Internetadresse: <https://www.sodertalje.se/kommun-och-politik/statistik-och-nyckeltal/snabbstatistik-sodertalje/> - Besøgt d. 28.05.2019

²⁰⁷ Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

²⁰⁸ Hartig, Jensen, Wallenius og Boogh, *Collecting the ephemeral social media photograph for the future*.

Brugerne har selv valgt at gøre fotografierne offentligt tilgængelige på Instagram, men der er især tre helt afgørende forhold der skal overholdes for at kunne bruge fotografier fra sociale fotografidelingsmedier, såsom Instagram, pointerer museet. Det første er, at brugeren fortsat har ophavsretten til fotografierne. Der skal således indhentes tilladelser i form af afleveringskontrakter fra hver enkelt bruger, hvis man ønsker at gemme fotografierne for eftertiden. Det andet er, at fotografierne på Instagram befinder sig i et lukket system, der er drevet af en kommerciel virksomhed, der ikke sikrer fotografierne for eftertiden. Hvis et arkiv eller et museum skal overtage ansvaret for bevaringen, må fotografierne gemmes enkeltvist på institutionens eget IT-system. Med de store mængder fotografier på Instagram kan dette hurtigt blive en uoverskuelig arbejdsproces. Det tredje er, at de digitale fotografier, der er delt på sociale medier, er af en meget lav kvalitet, såkaldt opløsning, hvorfor fotografiernes tekniske kvaliteter er begrænsede og begrænsende. Billederne er derfor reelt kun egnede til at blive vist på en skærm, og en gengivelse i optimal trykkekvalitet er ikke mulig, mener personalet på museet Den Gamle By.²⁰⁹ Jeg er dog ligesom arkivar Bente Jensen ikke enig i det sidste udsagn,²¹⁰ da mobiltelefoner der produceres i dag, kan optage fotografier og videoklip i meget høj kvalitet.

Jeg mener dog at det ikke kun er strategier og arbejdspraksisserne der skal tilpasses indsamlinger via Instagram, men også arbejdsværktøjerne. Værktøjer som Arkibas 5 er ikke bygget til at tage hensyn til brugen af hashtags, geotags, brugernavne, dialoger, altså generelt de aspekter på platformen, der gør Instagram til en social platform og fotografierne til sociale fotografier og kommunikationsmedier, hvilket giver praktiske udfordringer, når det indsamlede materiale skal journaliseres og registreres i arkivernes samlinger. Der kan imidlertid argumenteres for, at der er behov for at etablerer Instagram som en brugbar indsamlingsplatform af samtidsfotografier, før man kan skabe motivation til at bruge tid og penge på at tilpasse registreringsværktøjerne, der anvendes på kulturinstitutionerne, til indsamling via disse platforme.

²⁰⁹ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov, og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode." s. 77-78

²¹⁰ Jensen, "Instagram in the Photo Archives", s. 8-9

Konklusion

Erfaringerne med brug af Instagram som indsamlingsplatform af kulturinstitutioner som arkiver og museer, til indsamling af sociale digitale fotografier, viser, at selvom forskellige erfaringspraksisser er blevet anvendt, pga. mangel af bestemte faste fagligt funderede arbejdsmetoder eller praksisser, så har institutioner gjort sig bekendte med flere fælles problematikker og arbejdsrammer, der skal tages højde for. Den praktiske indsamling og bevaring af de digitale fotografier via Instagram, virker ikke til at være et stort problem for Institutionerne, da denne praksis lænder sig op af de allerede eksisterende praksisser indenfor faget, hvor afleveringskontrakter bliver underskrevet af både Instagrambrugeren og den indsamlende institution, arkivet og museet, hvorefter den digitale fil bliver indsamlet, journaliseret og registreret. Men siden fotografierne indgår i en social kontekst, som et kommunikationsværktøj på den sociale medieplatform Instagram, er denne sociale kontekst bevaringsværdig, i forbindelse med fotografiets kontekstdokumentation. Dette viser sig imidlertid at være en af de problematikker, institutionerne stadig kæmper med. Både på Stockholm Läns Museum og på Aalborg Stadsarkiv forsøger de at bevare dette, ved at bevarer screenshots af fotografiernes opslag, som et forsøg på at fastfryse fotografiet i dets originale sociale kontekst, men ingen af dem mener, at dette er en tilfredsstillende løsning, da de ikke mener at dette bevarer hele helheden som fotografiet indgår i.²¹¹ Ved at indsamle fotografier, hvor brugerne bedes om at anvende et hashtag, så bliver indsamlingen brugerinddragende, samt at brugerne får ejerskab og indflydelse på det indsamlede materiale, ved frit at fortolke og tilknytte et hashtag til det fotograferede materiale. Erfaringerne viser, at kontakt med brugerne er relevant for at sikre indsamlingen og bevaringen af relevante metadata til fotografierne, da Instagram som platform alene ikke tilgængeliggør alle de relevante oplysninger, der skal til for tilfredsstillende at kunne bevare og registre fotografierne i institutionerne samlinger. Erfaringerne viser også, at når man inddrager brugerne i et indsamlingsprojekt og giver dem et hashtag, så spiller formidling om indsamlingens formål en vigtig rolle, ikke kun for den indsamlende part, men også for brugeren. Arkivet eller museet har behov for at indskrænke indsamlingens fokus og kommunikerer ud til brugerne, at der er behov for brugernes hjælp. Samtidig viser casene, at brugerne nyder godt af en kontekst til, hvad de skal bidrage med af billedmateriale. *Aalborg - Hashtag vs. Geotag* og projektet med fokus på Södertälje viser, at der uploades mange forskellige fotografier hver dag, fra mange forskellige mennesker, så hvis man ønsker at indsamle specifikke fotografiske motiver, så har

²¹¹ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 21

brugerne behov for at få formidling om indsamlingens fokus, så de ved, hvad de skal forholde sig til og bidrage med.²¹² Hashtags viser sig at være mere populære at anvende som indsamlingsværktøj til partipatoriske indsamlingsprojekter end andre. Dette kan muligvis skyldes, at hashtagget kan formes, selvopfindes og være med til at beskrive indsamlingens fokus, imens geotagget er et stykke geografisk metadata til Instagramopslaget, der ikke kan formes med samme frihed. Hashtagget kan dog ikke stå alene, som vist i analysen, da hashtags, der står alene, kan fortolkes og anvendes på forskellige måder af forskellige brugere, hvormed det indsamlede materiale kan have forskelligt fokus. Dette kan være en strategi fra den indsamlende institutions side, for at gøre indsamlingen så åben og tilgængelig for så mange som muligt, eller hvis indsamlingen har fokus på lige præcis brugernes mange fortolkninger af hashtagget. Som vist i analysen generede alle indsamlingsprojekterne mange forskellige motiver, hvoraf nogle motiver var mere forventede af institutionerne end andre, hvilket viser, at Instagram giver adgang til mange forskellige brugere, der alle fortolker og anvender hashtagget forskelligt, selv i tilfælde med løbende formidling af indsamlingens fokus, der både skærper og åbner indsamlingens kvalitative resultat. I casestudierne af Den Gamle By bliver det især gjort klart, at promoveringen af færre hashtags ad gangen er bedre end flere, da det kræver ressourcer og tid at promoverer og udbrede disse til brugerne på Instagram.²¹³ Fokus på enkelte bydele, frem for en hel by ad gangen, har også vist sig, igennem studiet af fotografier af byen Södertälje, som en mulig fremgangsmåde for kulturinstitutioners indsamlingspraksisser via Instagram, da det kan sikre den visuelle dokumentation af bestemte, muligvis usynlige områder, af byen, hvor disse kan gå tabt, hvis fokus er på hele byen.²¹⁴ Betydningen af en etableret Instagramprofil for den indsamlende institution, altså arkivet og museet har også vist sig relevant, da dette også har betydning for bl.a. udbredelsen af viden til og indgåelsen af dialog med så mange brugere som muligt, igennem antal af følgere og hvor mange man selv følger som institution.²¹⁵ Det skaber tilsyneladende også tryghed hos brugerne, hvis institutionen allerede er veletableret som profil på platformen, og dermed opmuntre letter til partipatoriske projekter. Et samarbejde med andre organisationer viser sig også at kunne fordele arbejdsindsatsen og overskueliggøre indsamlingsprojektet, som set ved indsamlingsprojekterne *Aarhus rocks!*, *#deldit2014* og *#weloveaalborg*, da det fordeler vægten af arbejdet med både promovering, formidling, kommunikation, indsamling, analyse og bedømmelse.²¹⁶ Det vigtigste

²¹² Jensen, Boogh, Hartig og Wallenius, "(Hash)tagging with the users", Kapitel 5

²¹³ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode" s. 86

²¹⁴ Hartig og Boogh: "Log book study 01 Södertälje" s. 16-20

²¹⁵ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode" s. 85

²¹⁶ Djupdræt, Rasmussen, Skjernov og Sørensen, "Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode" s. 88

her, er at forventningsafstemme indsamlingens fokus, arbejds- og rollefordeling, så alle samarbejdspartnere får det ud af indsamlingen de ønsker.

Litteraturliste

Bog

Boogh, Elisabeth & Díaz, Merja, *Bilder för framtiden: strategier för insamling av digitalt födda fotografier*, Malmö museer, Malmö, 2013.

Kapitler fra antologier

Jensen, Bente, Boogh, Elisabeth, Hartig, Kaja og Wallenius, Anni, "(Hash)tagging with the users: participatory collection of digital social photography in museums and archives", Kapitel 5 i *Participatory Archives*, red. Edward Benoit, III og Alexandra Eveleigh. (Utrykt Antologi, facet publishing, Udgives i juli, 2019)

Jensen, Bente, Forsmark, Ann-Sofi og Östergren, Maria Larsson, "Arkivbygningen og læsesalens rolle i en digital verden", s. 55-73 i *#arkividag relevans, medvirkning dialog*, ABM-media, Oslo 2016, MaritHosar, Ellen Røsjø, Bente Jensen, Charlotte S.H. Jensen, Anna Ketola og Maria Larsson Östergren (Red.)

Nielsen, Kjeld. "Casestudiemetoder anvendt i arbejds- og organisations sociologien". i *Valg der skaber viden: om samfundsvidenskabelige metoder*. side 153-171. Redigeret af: Søren Voxted. 1. udg. Hans Reitzels Forlag, 2006.

Seim, Runhild, "Improvise, adapt, overcome! Riksarkivet i Norge og sosiale medier", s. 205-209 i *#arkividag – relevans, medvirkning, dialog*, ABM-media, 2016, MaritHosar, Ellen Røsjø, Bente Jensen, Charlotte S.H. Jensen, Anna Ketola og Maria Larsson Östergren (Red.)

Simon, Nina "Chapter 1: Principles of Participation" i *The Participatory Museum*. 1. udg. Museum 2.0, 2010. Internetadresse: <http://www.participatorymuseum.org/chapter1/> - Besøgt d. 28.03.2019 (internetudgave)

Instagramopslag

Instagram.com "stockholmlansmuseum – opslag d. 20-04-17":

<https://www.instagram.com/p/BTHSMfNBCL3/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – opslag d. 15-08-18":

<https://www.instagram.com/p/BmfpreYlq-0/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com "aalborg_stadsarkiv – 2. opslag d. 15-08-18":

https://www.instagram.com/p/BmfrD2bFMK_/ - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 16-08-18”:

<https://www.instagram.com/p/BmiqqY5FSvH/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 02-09-18”:

<https://www.instagram.com/p/BnNzh5GCeWJ/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 08-09-18”:

<https://www.instagram.com/p/BndWXMzFEQ/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 12-09-18”:

<https://www.instagram.com/p/Bnna7odipSW/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 16-09-18”:

<https://www.instagram.com/p/BnxyXEbnNTT/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 08-10-18”:

<https://www.instagram.com/p/BorhhdsCtL5/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – opslag d. 12-10-18”:

<https://www.instagram.com/p/Bo12vNrCubA/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com “aalborg_stadsarkiv – 2. opslag d. 12-10-18”:

<https://www.instagram.com/p/Bo15Utti4Ix/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”aalborg_stadsarkiv - opslag d. 01-11-18”:

<https://www.instagram.com/p/BpojODXHkN7/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”aalborg_stadsarkiv - opslag d. 15-11-18”:

<https://www.instagram.com/p/BqNDrv1nuYT/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”aalborg_stadsarkiv – opslag d. 20-11-18”:

<https://www.instagram.com/p/BqaPO3Wnbvd/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”aalborg_stadsarkiv - opslag d. 01-12-18”:

<https://www.instagram.com/p/Bq2ruvTnUz0/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”aalborg_stadsarkiv – opslag d. 02-12-18”:

<https://www.instagram.com/p/Bq448GcH62S/> - Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”#weloveaalborg – opdatering d. 30-05-19”:

<https://www.instagram.com/explore/tags/weloveaalborg/?hl=da> – Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”#sarcasm – opdatering d. 30-05-19”

<https://www.instagram.com/explore/tags/sarcasm/?hl=da> – Besøgt d. 30-05-2019

Instagram.com ”#agreed – opdatering d. 30-05-19”

<https://www.instagram.com/explore/tags/agreed/?hl=da> – Besøgt d. 30-05-2019

Artikler

Bang, Jørgen og Dalsgaard, Christian ”Digital forsknings-formidling – Kommunikative potentialer ved at anvende Web 2.0 til videnskonsstruktion” Publiceret i *Læring & Medier* (LOM) nr. 1, 2008

Becker, Karin. ”Photography in the Age of Screen Culture” I: Lehmuskallio, Asko et al (eds.). *Snapshot, Cameras amongst us*. The Finnish Museum of Photography, 2014, s. 17 – 21.

Bushey, Jessica. 2015. ”Trustworthy Citizen-generated Images and Videos on Social Media Platforms.” Artikel præsentation ved 48th Hawaii International Conference on Systems Sciences (HICSS), Kauai, Hawaii. 5.-8. Januar.

Cook, Terry, ”Evidence, Memory, Identity, and Community: Four Shifting Archival Paradigms”, i *Archival Science*, juni 2013, vol. 13, nr. 2-3: 95-120.

Djupdræt, M. Brandt, Rasmussen, C., Skjernov, L. og Sørensen, A. Krøyer, ”Instagram som dokumentations-og indsamlingsmetode - Eksperimenter med brugerskabt fotodokumentation.” Udgivet i *Nordisk Museologi* i 2015, vol 1, s. 73-90

Ehlin, Lisa, ”The state of the social digital photograph –delimitations, definitions, photography as the common denomination in a world of mixed media? Not all is new” Udgivet af [#collectingsocialphoto](http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/the-state-of-the-social-digital-photograph-delimitations-definitions-photography-as-the-common-denomination-in-a-world-of-mixed-media-not-all-is-new/), d. 22-02-27, <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/the-state-of-the-social-digital-photograph-delimitations-definitions-photography-as-the-common-denomination-in-a-world-of-mixed-media-not-all-is-new/> – Besøgt d. 30-05-2019

Hartig, Kajsa, Jensen, Bente, Wallenius, Anni og Boogh, Elisabeth. ”Collecting the ephemeral social media photograph for the future: Why museums and archives need to embrace new work practices for photography collections.” MW18: MW 2018. Udgivet d. 15-01-2018. <https://mw18.mwconf.org/paper/collecting-the-ephemeral-social-media-photograph-for-the-future->

[why-museums-and-archives-need-embrace-new-work-practices-for-photography-collections/](#) -

Besøgt d. 10-04-2019

Heikka, Elina and Rastenberger, Anna-Kaisa. "The Best Thing Ever: Snapshot Culture and Aesthetics in Fine-Art Photography" i Lehmuskallio, Asko et al (eds.). *Snapshot, Cameras amongst us*. The Finnish Museum of Photography, 2014, s. 37 – 40.

Huvila, Isto, "The unbearable lightness of participating? Revisiting the discourses of "participation" in archival literature", *Journal of Documentation*, Vol. 71 Issue: 2, 2015. s. 358-386

Jensen, Bente, "Instagram in the Photo Archives – Curation, Participation, and Documentation through Social Media" Udgivet ved Girona 2014: Arxius i Industries Culturals, <http://www.girona.cat/sgdap/docs/7d5e1orid160.pdf> - Besøgt d. 30-05-2019

Jensen, Bente, *Have Social Media Become the New Archives of Digital Photography?* Udgivet af #collectingsocialphoto d. 19-03-19 <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/have-social-media-become-the-new-archives-of-digital-photography/> - Besøgt d. 12-02-2019

Manovich, L., Tifentale, A., Yazdani, M. og Chow, J. "The Exceptional and the Everyday: 144 hours in Kyiv", *2014 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)*, 2014, http://manovich.net/content/04-projects/084-kiev-article/sk219_1225.pdf

Manovich, Lev, "Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 1", fra *Instagram Book*. Udgivet i 2016. Internetadresse: http://manovich.net/content/04-projects/091-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-1/lm_instagram_article_part_1_final.pdf

Manovich, Lev, "Subjects and Styles in Instagram Photography – Part 2", fra *Instagram Book*. Udgivet i 2016. Internetadresse: http://manovich.net/content/04-projects/092-subjects-and-styles-in-instagram-photography-part-2/lm_instagram_article_part_2_edited.pdf

Pang, Natalie, Liew, Kai Khiun og Chan, Brenda, "Participatory archives in a world of ubiquitous media", i *Archives and Manuscripts*, 42:1, 2014, s. 1-4

Schousboe, Katrine: "#weloveaalborg: Fotoudstilling viser byens mange sider." I: *Aalborg:nu*, 17.10.2018, s. 26

Theimer, Kate. "Participatory Archives: Something Old, Something New", Udgivet på *ArchivesNext – well, what will come next?* 2014. Internetadresse: <http://www.archivesnext.com/?p=3463> - Besøgt d. 13-04-2019

VanWynsberghe, Rob & Khan, Samia. "Redefining case study". *International Journal of Qualitative Methods* 6 (2), 2007.

Internethjemmesider

#collectingsocialphoto, "About the project". Internetadresse:

<http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/about/> - Besøgt d. 28-03-2019

#collectingsocialphoto, "Case studies", <http://collectingsocialphoto.nordiskamuseet.se/case-studies/> - Besøgt d. 30-05-2019

Aalborg Kommunes Statistik om Folketal 2019: "Hele Kommunen - Befolkningen pr. 1. januar efter alder - i alt." Udgivet af Aalborg Kommune.

Internetadresse: http://apps.aalborgkommune.dk/statistik/webaarbog/Folketal2019/Struktur/Hele_Kommunen/indexlevel1/HeleKommunen1aarsaldersklasser.html - Besøgt d. 28.05.2019

Aalborg Stadsarkiv. "Tønnies Fotosamling",

<http://www.aalborgstadsarkiv.dk/AalborgStadsarkiv.asp?SaerSam=TON> – Besøgt d. 30-05-2019

APPETIZE: "Del dit Aalborg og bliv udstillet." Udgivet af APPETIZE. Sidst opdateret:

27.08.2018. Internetadresse: <https://www.appetize.dk/del-dit-aalborg-og-bliv-udstillet/> - Besøgt d. 26.05.2019

Arkiv.dk, "Fotos afleveret af Knud Bonnemann", <https://arkiv.dk/vis/3596791> – Besøgt d. 30-05-2019

Arkivformidling, "Archives around the world on Instagram". Opdateret i december 2018 af Bente

Jensen, <https://arkivformidling.wordpress.com/archives-in-the-world-on-instagram/> - Besøgt d. 12-02-2019

Instagram-press, "Info Center", <https://instagram-press.com/our-story/> – Besøgt d. 30-05-2019

Södertälje kommun: "Snabbstatistik om Södertälje kommun." Udgivet af Magnus Lundin.

Internetadresse: <https://www.sodertalje.se/kommun-och-politik/statistik-och-nyckeltal/snabbstatistik-sodertalje/> - Besøgt d. 28.05.2019

Ordbog/Opslagsværk

“digital photography“ i *A Dictionary of Media and Communication*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191800986.001.0001/acref-9780191800986-e-709?rskey=4ry8lf&result=1> – Besøgt d. 30-05-2019

“geotag” i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-531?rskey=Gzuw3f&result=1> – Besøgt d. 30-05-2019

“geotag” i *New Oxford American Dictionary*, Internetadresse:

http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780195392883.001.0001/m_en_us1444062?rskey=Gzuw3f&result=2 – Besøgt d. 30-05-2019

“hashtag” i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-579?rskey=ZqZ9bq&result=11> – Besøgt d. 30-05-2019

“Induction” i *A Dictionary of Psychology*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/oi/authority.20110803100002347?rskey=wggip3&result=9> - Besøgt d. 30-04-2019

”Instagram” i *A Dictionary of Journalism*, Internetadresse

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-666?rskey=ZqZ9bq&result=1> – Besøgt d. 30-05-2019

”Instagram” i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-643?rskey=ZqZ9bq&result=2> – Besøgt d. 30-05-2019

”photosharing (photo sharing)” i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-1092?rskey=ZqZ9bq&result=9> – Besøgt d. 30-05-2019

“Proveniensprincip” i *Den Store Danske*, Internetadresse:

http://denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Bog-_og_biblioteksv%C3%A6sen/Arkivv%C3%A6sen/proveniensprincip - Besøgt d. 30-04-2019

”Proveniensprincip” i *Det Informationsvidenskabelige Akademi*, Internetadresse:

<http://www.informationsordbogen.dk/concept.php?cid=1532> - Besøgt d. 30-04-2019

“social media” i *A Dictionary of Gangs*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191845611.001.0001/acref-9780191845611-e-232?rskey=ZqZ9bq&result=13> – Besøgt d. 30-05-2019

“tag” i *A Dictionary of Social Media*, Internetadresse:

<http://www.oxfordreference.com.zorac.aub.aau.dk/view/10.1093/acref/9780191803093.001.0001/acref-9780191803093-e-1578> – Besøgt d. 30-05-2019

Online dokumenter

Hartig, Kajsa og Boogh, Elisabeth. “Log book study 01 Södertälje”. Sidst ændret d. 10-04-2018.

https://docs.google.com/document/d/1f_qFLiQdWKW6owSJTHHnPkWgWXsI5c9DKDBjoMWliNs/edit# - Besøgt d. 24-05-2019

Jensen, Bente. ”Motiv_sted_2018_bj”. Senest ændret d. 21-05-2019.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/118MR2fUPSPaCnDIslp7j1nraehDR9aUlZZr6jyM_-Jk/edit#gid=1962815857 – Besøgt d. 24-05-2019

Afhandlinger

Eveleigh, Alexandra. *Crowding out the Archivist? Implications of online user participation for archival theory and practice*, Ph.D.-afhandling, UCL, 31. December 2015. Internet:

<http://discovery.ucl.ac.uk/1464116/1/Eveleigh-AMM-PhD-2015.pdf>

Ågård, Dorte. *Motiverende relationer*. Ph.d.-afhandling, Aarhus Universitet, 2014.

Lovgivning

Haarder, Bertel. 2016. *Bekendtgørelse af arkivloven*. Sidst opdateret: 28.09.2016. Internetadresse:

<https://www.retsinformation.dk/Forms/r0710.aspx?id=183862#id7d712a74-ffbb-4ac4-9ad0-3ebe33a3bf02> - Besøgt d. 03.03.2019

Bilagsliste

Alle bilag til dette speciale medfølger eksternt i form af hhv. Pdf. og Excel filer i deres originale udgaver.

Bilag 1: Archives around the world on Instagram, en database over arkiver verden over der anvender Instagram, samt hvad de anvender platformen til. (Excel fil)

Bilag 2A: #weloveaalborg, en kronologisk analyse og oversigt over deltagelsen ved konkurrencen. (Excel fil)

Bilag 2B: #weloveaalborg, en analyse af den anvendte tekst og hashtags på de deltagendes opslag. (Excel fil)

Bilag 2C: #weloveaalborg, en motivanalyse. (Excel fil)

Bilag 2D: #weloveaalborg, en oversigt over indsamlingsfasen af de udvalgte fotografier, samt en status for indsamling af afleveringskontrakter. (Excel fil)

Bilag 3A: Aalborg – Hashtag vs. Geotag, de indsamlede data og analyser foretaget af opslag, indsamlet igennem hashtagget *#aalborg*. (Excel fil)

Bilag 3B: Aalborg – Hashtag vs. Geotag, de indsamlede data og analyser foretaget af opslag, indsamlet igennem geotagget *Aalborg, Denmark*. (Excel fil)

Bilag 3C: Aalborg – Hashtag vs. Geotag, Logbog for udførelsen af projektet *Aalborg – Hashtag vs. Geotag*. (Pdf. fil)

Bilag 4: #juliaaalborg18, en kronologisk analyse og oversigt over #Juliaaalborg kampagnen, 2018, og med d. 7-12-18. (Excel fil)