

En undersøgelse af udvalgte danske stadsarkivers anvendelse af Facebook

Projektperiode: 10. Semester

Modul: Modul L: Kandidatspeciale

Sidetæl: 117

Antal normalsider: 99,81

Antal anslag (inkl. mellemrum): 239.548

Antal bilag: 18 Bilag – 156,32 normalsider

Udarbejdet af:

Steffen Ulstrup Jensen (20156108) & Mike Mathiasen (20153756)

Vejleder: Marianne Sletten Paasch

Speciale aflevering: 03.08.2020

En stor tak til henholdsvis: faglig koordinator og arkivleder Anette Eriksen (Bornholms Ø-arkiv) - stadsarkivar Johnny Wøllekær & IT-arkivar Timm Frank (Odense Stadsarkiv) - arkivar Bente Jensen (Aalborg Stadsarkiv) - arkivleder Lis Thavlov (Silkeborg Arkiv) - arkivar Peter Wessel Hansen & arkivar Dorte Chakravarty (København Stadsarkiv) - for deres bidrag til denne undersøgelses tilblivelse.

Abstract

This master's thesis aimed to explore the Danish municipal archives' use of the social media platform Facebook in their institutions. It analyzed what their motivations were for the use of the media, and how their use could be characterized in relation to their strategic goals, as well as the content of the postings and the users' interactions with the posts.

The scientific literature has stated that the use of Facebook in archives has been an accepted and common element because of the great potential of Facebook's high user base. However, the scientific literature has also problematized that many archives don't work according to a strategy, institute tangible goals, a systemized plan for how to achieve those goals, or evaluating and analysis of how far they are from reaching the goals. Institutions have also failed to established, how the content of the Facebook postings reflects on the archives' strategies for the use of Facebook were, and how the users were reacting and interacting with them in the form of likes, comments, and shares.

To find our selected archives we conducted a screening of all the Danish municipal archives to identify the ones who were most active on Facebook in the form of the users that followed and liked the archives' Facebook pages. At the end of the screening, we chose Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv, and Københavns Stadsarkiv.

The master's method was based on us using qualitative methods in the form of interviews conducted with our selected archives to get inside knowledge on how the archives used Facebook and what their thoughts about the media were. The interviews gave us a unique possibility to talk to the archivists who had the main responsibility for the use of Facebook in each institution and therefore their perspective on the matter.

Additionally, we did a scanning of the content that the archives had posted on their Facebook pages in a period from November 2019 to April 2020. To categorize and identify the content on multiple levels we used archival theory and terms to create five categories, which were: *Tilgængeliggørelse* (access/accessibility), *vejledning* (finding aid), *formidling* (outreach), *brugerhenvendelse* (user participation), and *promovering* (advocacy). These categories helped us identify and separate the content in the Facebook posts that the archives had created.

Through the interviews and the scanning of the archives Facebook posts' content, this thesis found that all the Danish municipal archives had the same motivations for using Facebook. This motivation was to have a greater outreach and advocacy tool to use to get the local communities to obtain a greater knowledge of the institutions. Additionally, the Danish archives were motivated in using Facebook to give their users an insight into what their magazines did contain in relations to the archival collections and increase the general positive awareness of the archives and eliminate past prejudices that the archives were closed institutions that were only relevant to college students and scholars.

In general, the Danish archives did not have concrete strategies for their use of Facebook, however, they had some specified goals that they were working to achieve. These goals were that their use of Facebook would increase the historic awareness in the communities, highlight the archival collections, and create dialogues and direct contact with the users. To achieve these goals the archives did post content of different types, but which all reflected what their main goals were. Their Facebook posts did contain, in different amounts, content relating to outreach, advocacy, user participation, accessibility, and finding aids. At the same time, we could clarify that the archives did put a great importance on the number of interactions that they got from the users on the post in form of likes, comments, and shares. However, some of the archives did analyze how their activities on Facebook did affect their numbers of visitors on other digital platforms. Besides that, the archives could determine that their use of Facebook, in terms of their specified goals and the content that was related to achieving the goals, were successful because of the great number of user interactions. These results are helping to create the baselines for what the Danish municipal archives are doing on Facebook and how their usage can be characterized.

Indholdsfortegnelse

Læsevejledning	7
Del I	1
1. Indledning	1
2. Problemstilling	2
3. Problemformulering.....	7
4. Undersøgelsens afgrænsning.....	7
Del II	9
5. Stadsarkiverne og termen udadvendt virksomhed	9
5.1 De danske stadsarkiver	9
5.2 Definitionen på termen udadvendt virksomhed og begreberne herunder	11
6. Væsentlige funktioner på Facebook	13
7. Forskningsoversigt	16
7.1 Facebook som en del af arkivernes praksis	16
7.2 Arkivernes strategier ved anvendelse af sociale medier	17
7.3 Arkivernes udfordringer ved brugen af Facebook	20
7.4 Danske arkivers brug af udadvendt virksomhed	22
7.5 Sammenfatning af forskningsoversigten	25
Del III	26
8. Metode.....	26
8.1 Det kvalitative forskningsinterview	26
8.1.1 De udvalgte stadsarkiver til interviewundersøgelsen.....	27
8.1.2 Vores interviewguide	28
8.1.3 Bearbejdning af data-transskribering af interviewene	29
8.2.1 Antallet af interaktioner og sammenhæng mellem opslagenes indhold	34
8.2.2 Tidsafgrænsningen for dataudtrækningerne	35
8.3 Analysedelens struktur og fremgangsmåder.....	36
Del IV	39
9. Bornholms Ø-arkiv	39
9.1.1 Fokus fra indadvendt til udadvendt praksis.....	39
9.1.2 Arkivets brugere og ønsket om en større diversitet blandt dem	41
9.1.3 Arkivets strategi for brugen af Facebook.....	43

9.2.1 Vores kategoriseringer af opslagene på Facebook-siden	44
9.2.2 Ø-arkivets evaluering og vurdering af succes ud fra interaktionerne	47
9.3 Sammenfatning af Ø-arkivet	51
10. Odense Stadsarkiv	52
10.1.1 Arkivets aktive og synlige formidlingsprofil	52
10.1.2 Arkivets forsøg på at skabe tiltag der strækker sig udover +65-brugerne	54
10.1.3 Arkivets strategi for brugen af Facebook	56
10.2.1 Vores kategoriseringer af opslagene på Facebook-siden	57
10.2.2 Det historiske indhold er i fokus for arkivet - ikke antallet af <i>synes godt om</i>	60
10.3 Sammenfatning af Odense stadsarkiv	64
11. Aalborg Stadsarkiv	65
11.1.1 Arkivets mål - synliggørelse af deres aktiviteter i lokalsamfundets nutid	65
11.1.2 Brugere som en del af arkivets praksis	67
11.1.3 Arkivets brug af Facebook som et element i deres sociale medie strategi	68
11.2.1 Arkivets opslags indhold ud fra kategoriseringerne	69
11.2.2 Stadsarkivets vurdering af succes	72
12.2.3 Udfordringer ved arkivets brug af Facebook	75
12.3 Sammenfatning af Aalborg Stadsarkiv	76
12. Silkeborg Arkiv	77
12.1.1 Arkivets placering i kommunen	77
12.1.2 Arkivets kernebrugere og arkivets ønske om et yngre brugersegment	80
12.1.3 Arkivets strategi for brugen af Facebook	81
12.2.1 Arkivets opslags indhold ud fra kategoriseringerne	83
12.2.2 Arkivets vurdering af succes	85
12.3 Sammenfatning af Silkeborg Arkiv	88
13. KBH Stadsarkiv	90
13.1.1 Arkivets fokus på dets egen gennemsigthed	90
13.1.2 Synliggørelsen af arkivet for nuværende og fremtidige brugere	92
13.1.3 Arkivets strategiske overvejelser for brugen af Facebook	94
13.2.1 Vores kategoriseringer af opslagene på Facebook-siden	95
13.2.2 Stadsarkivets evaluering og vurdering af succes	98



13.3 Sammenfatning af KBH Stadsarkiv	101
Del V	102
14. Stadsarkivernes delvise strategier og Facebook opslagernes indholdstyper.....	102
14.1 Sammenhængene mellem arkivernes strategier og målsætninger med deres brug af Facebook og opslagernes kategoriseringer	102
14.2 Arkivernes vurderinger og analyser af, hvordan aktiviteterne på Facebook er succesfulde .	107
15. Konklusion.....	110
16. Litteraturliste	113
16.1 Hjemmesider	116

Læsevejledning

Del I skal give introduktionen til specialets emne samt dets problemstilling, og hvordan denne placerer sig ift. forskningen inden for fagområdet, hvortil specialets problemformulering vil blive præsenteret og dennes afgrænsning.

Del II vil dernæst præsentere specialeemnets teoretiske aspekt inden for arkivfeltet. Dette inkluderer også en redegørelse for de danske stadsarkiver, forskellige begreber der er væsentlige samt centrale funktioner på platformen Facebook. Desuden indeholder denne dele specialets forskningsoversigt, der skal vise hvad fagfeltet har diskuteret ift. vores problemstilling.

Del III fokuserer på specialets metodiske grundlag og fremgangsmåde ift. hvordan analysens empiri skal undersøges.

Del IV analyserer de fem stadsarkivers anvendelse af Facebook og hvordan anvendelserne er baseret på strategiske målsætninger, tilrettelagt og planlagt indhold i opslagene samt hvordan arkiverne vurderer og evaluerer om aktiviteterne er succesfulde.

Del V fremhæver centrale resultater fra analysen og hvordan forskelle og ligheder fremkommer blandt arkivernes brug af Facebook og hvordan disse kan diskuteres med hinanden. Sluttelig vil der gives en konklusion på specialets problemformulering, og hvordan specialets resultater placerer sig i fagfeltet.

Del I

1. Indledning

Sociale medier har siden starten af det 21. århundrede udviklet sig markant og dette har bl.a. betydet, at mange mennesker over hele verdenen er til stede på- og bruger forskellige sociale medier, og dette har også betydet, at flere arkiver har inddraget sociale medier i deres praksis og begyndt at bruge dem til at understøtte og løse arkivfaglige opgaver.¹ I en tid med sociale medier og en udbredt online aktivitet kan det give arkiverne muligheder for i et hidtil uset omfang at nå ud til brugerne² og befinde sig "der hvor brugerne er" og dermed bryde nogle fysiske barrierer. Det mest benyttede sociale medie målt på antal brugere, der har en konto er Facebook, hvilket også er gældende i Danmark.³

Arkivarerne Terry Cook og Kate Theimer har bl.a. påpeget, at der blandt arkivarerne i arkiverne er sket en ændring af deres selvforståelse. Arkiverne var før i tiden institutioner, der skulle være upartiske bevarere og beskyttere af den arkivalske dokumentation, primært for embedsmænd og historieforskere.⁴ I nyere tid, har bl.a. Cook og Theimer dokumenteret, at arkiverne er blevet mere samfundsorienteret, hvortil arkiverne fokuserer på brugerorientering, udadvendt virksomhed, åbenhed og fleksibilitet. De fastslår desuden, at den arkivalske profession har ændret sin væremåde bl.a. gennem den teknologiske udvikling.⁵ De teknologiske muligheder har først og fremmest ændret brugernes tilgang til måden, hvorpå

¹ Sean Heyliger, Juli McLoone og Nikki L. Thomas, "Making Connections: A Survey of Special Collections' Social Media Outreach", *The American Archivist*, vol. 76, no. 2. (2013) s. 374-375.

Chern Li Liew, Shannon Wellington, Gillian Oliver & Reid Perkins, "Social Media in Libraries and Archives: Applied with Cautions", *The Canadian Journal of Information and Library Science*, vol. 39, no. 3-4 (2015) s. 378-381.

Bente Jensen & Ellen Røsjø, "Introduction: Archives and Outreach in the Nordic countries. History, status and the road ahead", i *#Arkivdag, relevans, medvirkning, dialog*, red. af Marit Hosar et al. (ABM-media AS, 2016) s. 18.

² I dette speciale benytter vi både betegnelserne brugere og borgere, men det afhænger af konteksten. Vi fokuserer dog ikke på myndighedsdelen som værende brugere, når vi taler om brugere på f.eks. Facebook.

³ Kulturministeriet, *Mediernes udvikling i Danmark – Sociale medier 2020 – Brug, indhold og relationer*, (København: Kulturministeriet, 2020) s. 6.

⁴ Terry Cook, "Evidence, Memory, Identity, and Community: Four Shifting Archival Paradigms", *Archival Science* vol. 13 (2012) s. 106-107.

⁵ Kate Theimer, "What Is the Meaning of Archives 2.0?", *The American Archivist*, vol. 74, no. 1 (2011) s. 58-66.
Cook, "Evidence, Memory, Identity, and Community", s. 109-112.

de fremsøger informationer, og hvordan de bruger disse informationer. Derfor påpeger de også, at gennem en ændret brugeradfærd, har arkivarerne ligeledes videreudviklet deres arbejdsproces i takt med brugernes udvikling og behov.⁶

2. Problemstilling

Arkiverne kan skabe stærke relationer til deres omverden og det samfund, som de er en del af, ved at oplyse samfundets borgere om, hvad arkivernes formål i samfundet er, hvad arkivsamlingerne⁷ indeholder, samt hvordan de tilgås og anvendes.⁸ På denne måde kan en større brugerorientering være med til at understøtte de andre traditionelle kerneopgaver i arkiverne som f.eks. indsamling, bevaring, kassation, registrering etc. og samtidig skabe et større kendskab til arkivernes funktioner og dermed sikre en større vished om arkivernes virke i samfundet.⁹

I den forbindelse kan arkiverne anvende sociale medier, der yderligere nedbryder barriererne mellem arkiverne og borgerne, fordi arkiverne har mulighed for at komme i direkte dialog med dem.¹⁰ Flere internationale forskningsundersøgelser har fokuseret på, hvilken betydning arkivernes tilstedeværelse på Facebook har, og hvordan brugen af mediet fungerer i arkivernes praksis. Disse undersøgelser er bl.a. lavet af Wendy Duff, Catherine Johnson & Joan Cherry i november 2011 til januar 2012, hvor de analyserede 648 canadiske arkivers brug af

⁶ Theimer, "What Is the Meaning of Archives 2.0?", s. 66-67.

Cook, "Evidence, Memory, Identity, and Community", s. 116-118.

⁷ Termen arkivsamling vil blive brugt i stedet for termer som *fond* og *collection*. En *fond* er en samling af arkivalier fra en person eller organisation, der er skabt og akkumuleret som et resultat af en "naturlig" proces af deres aktiviteter i f.eks. en offentlig forvaltning. En *collection* er arkivalier med nogle ensartede karakteristika, der er sat sammen af en person, organisation eller beholdning. En *collection* er altså "kunstigt" skabt og ikke et "naturligt" produkt af f.eks. en persons aktiviteter.

Richard Pearce-Moses, *A Glossary of Archival and Records Terminology* (SAA, Chicago, 2005) s. 76.

⁸ Elsie Freeman Freivogel, "Education Programs: Outreach as an Administrative Function", *The American Archivist*, vol. 41, no. 2 (1978) s. 148.

Ian E. Wilson, "Towards a Vision of Archival Services", *Archivaria*, vol. 31 (1990- 91) s. 93.

⁹ Timothy L. Ericson, "Preoccupied with our own gardens": Outreach and Archivists", *Archivaria*, vol. 31 (1990-91) s. 114-116 & 131.

Jensen & Røsjø, "Introduction: Archives and Outreach", s. 18.

Ann E. Pederson & Gail Farr Casterline, *Archives and Manuscripts: Public Programs* (Chicago IL: Society of American Archivists, 1982) s. 8.

¹⁰ Wendy M. Duff, Catherine A. Johnson & Joan M. Cherry, "Reaching Out, Reaching In: A Preliminary Investigation into Archives' Use of Social Media in Canada", *Archivaria*, vol. 75 (2013) s. 89.

sociale medier, hvoraf 178 anvendte Facebook.¹¹ En anden undersøgelse er lavet af Sean Heyliger, Juli McLoone & Nikki Lynn Thomas, der undersøgte 522 institutioner i USA og Canada i foråret 2012, bl.a. universitetsbiblioteker, arkiver, forskningscentre etc.¹² Begge undersøgelser viser bl.a., at Facebook er det mest anvendte sociale medie i de adspurgte arkiver, fordi det er det største sociale medie målt på brugerantal. Dette understøttes også af undersøgelser af antallet af Facebook-brugere i bl.a. USA og Danmark, hvilket betyder, at arkiverne potentielt kan nå ud til et stort brugersegment på mediet.¹³

Begge undersøgelser påviser, at arkiverne til en vis grad har succes med at synliggøre deres institutioner på Facebook og, afhængig af demografiske aspekter, får en stor brugertilslutning på Facebook-siderne.¹⁴ Alligevel understreger begge forskningsundersøgelser, at der er flere problematikker, som arkiverne erfarer, når de anvender Facebook. Blandt disse er, at arkiverne mangler en overordnet strategi og systematisering af deres aktiviteter på Facebook, herunder opslagenes indhold.¹⁵ Dette resulterer i, at ressourcerne, der allokeres til arkivernes aktiviteter på Facebook, ikke bliver fuldt udnyttet.¹⁶

Desuden påpeger Duff, Johnson og Cherry, at den fremtidige forskning bør fokusere på, hvilke typer af indhold som arkiverne lægger op i deres opslag på Facebook, da dette kan være med til at klarlægge, hvilke strategiske overvejelser arkiverne skal have in mente: *"In addition, a study involving a content analysis might provide insight into the types of content being added by archives and users; this might also identify the ways in which archives are increasing user engagement."*¹⁷

¹¹ Duff, Johnson & Cherry, "Reaching Out, Reaching In", s. 82-83.

¹² Heyliger, McLoone & Thomas, "Making Connections", s. 377-379.

¹³ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 380.

Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 82-83.

"10 facts about Americans and Facebook", konsulteret 18. juli 2020,

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/05/16/facts-about-americans-and-facebook/>

Kulturministeriet, *Mediernes udvikling i Danmark – Sociale medier 2020*, s. 6.

¹⁴ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 392-393.

Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 93.

¹⁵ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 398.

Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 93-94.

¹⁶ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 398.

¹⁷ Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.* s. 95.

Nyere undersøgelser af Chern Li Liew, Venessa King & Gillian Oliver i 2015 samt Joshua Hager i 2015 finder frem til de samme resultater som i ovenstående forskning.¹⁸ Liew, King & Oliver samt Hager har undersøgt nogle andre demografiske aspekter, men stadig inden for arkivfeltet, henholdsvis 61 uspecificerede internationale arkiver¹⁹ og 4 amerikanske arkiver.²⁰

Liew, King & Oliver understreger bl.a., at arkiverne som de undersøgte i 2015, stadig havde mange af de samme problemer, der bl.a. blev identificeret af Heyliger, McLoone & Thomas:

*"(...) we find that although some form of evaluation of social media initiatives is taking place in libraries and archives, most efforts were tentative at best. Reliance on metrics showing the numbers of participants provides a partial or even distorted view of the success or impact of social media activities. The apparently 'free' nature of social media tools also masks the impact of their usage on resources, leading to decisions being made in some institutions about the value of investing additional effort being based on flawed assumptions."*²¹

De nyere forskningsundersøgelser, der er nævnt ovenfor, påpeger også, at dybdegående undersøgelser af arkivernes Facebook-sider ifm. selve opslagernes indhold. Hertil hvordan brugerne reagerer på disse i form af interaktioner, vil være med til at klarlægge, hvordan arkiverne skal udforme en strategi, der er tilrettelagt deres praksis og de målsætninger, som de ønsker opfyldt. Hager påpeger bl.a.: *"In contrast to page-level data, post-level data delves into the reach, virality, and interactivity of each post generated by the page administrator. This information shows the number of likes of, comments on, and shares of each post and can be used to examine successful trends among posts."*²² Derudover understreger forskerne, at der skal laves flere undersøgelser, som sammenligninger arkivernes motivation for at anvende Facebook, strategiske overvejelser og målsætninger for disse, vurderinger af succes, negative

¹⁸ Chern Li Liew, Venessa King & Gillian Oliver, "Social Media in Archives and Libraries: A Snapshot of Planning, Evaluation, and Preservation Decisions", *Preservation, Digital Technology & Culture*, vol. 44 (2015) s. 1-4.

Joshua D. Hager, "To Like or Not to Like: Understanding and Maximizing the Utility of Archival - Outreach on Facebook", *The American Archivist*, vol. 78, no. 1 (2015) s. 35-36.

¹⁹ Liew, King & Oliver, "Social Media in Archives and Libraries", s. 3.

²⁰ Hager, "To Like or Not to Like", s. 21.

²¹ Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 9.

²² Hager, *op. cit.*, s. 22.

aspekter ved at bruge Facebook samt forholdet mellem opslagernes indholdstyper og brugernes interaktioner.²³

I Danmark er det begrænset, hvor meget forskningen har fokuseret på arkivernes brug af sociale medier, når det gælder at tilgå sine brugere og synliggøre sig i samfundet. De danske arkivteoretikere Bente Jensen & Charlotte S. H. Jensen har dog skrevet artikler om, hvordan arkivernes udadvendte virksomhed og brugen af den teknologiske udvikling påvirker arkivernes tilgang til deres brugerkontakt og synliggørelse af arkivet generelt. Her understreger Jensen & S. H. Jensen implicit, at sociale medier også vil blive en realitet inden for arkivfeltet på lige fod med andre organisationer og virksomheder pga. sociale mediers udbredelse og muligheder for at kunne henvende sig direkte til brugerne.²⁴ Senere rapporter og artikler skrevet af Jensen & S. H. Jensen har bl.a. anslået, at flere danske arkiver er begyndt at bruge sociale medier og især Facebook ifm. deres udadvendte virksomhed. Disse dokumenterer dog ikke dybdegående, hvordan Facebook bliver brugt i praksis ift. motivation for brugen af mediet, strategiske overvejelser, evaluering og analyse af aktiviteterens resultater etc.²⁵

De danske stadsarkiver er en integreret del af det offentlige arkivsystem i Danmark. Sammen med Rigsarkivet bevarer de den arkivalske dokumentation fra myndighederne, der skal gøre det muligt at beskrive, analysere og forstå det danske samfund på både nationalt og lokalt plan. Offentlige arkiver kan ligeledes indeholde private arkivsamlinger, der har en vigtig betydning for at dokumentere et givent områdes historie og kultur.²⁶

Fokusset i dette speciale vil være på udvalgte danske stadsarkiver, eftersom Rigsarkivet gennem dets forskellige rapporter som f.eks. årsberetningerne fra 2016 og 2017 samt brugerundersøgelsen fra 2015 dokumenterer, om end i et begrænset omfang, dets brug

²³ Hager, *op. cit.*, s. 35.

Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 9-10.

²⁴ Bente Jensen & Charlotte S. H. Jensen, "Arkivformidling – mål, begreber og metode", *Arkiv, samhälle och forskning (ASF)*, nr. 2 (2006) s. 19.

²⁵ Charlotte S. H. Jensen, *Kulturarven i Norden og de sociale medier - Inventering og rapport for Nordisk Centrum for Kulturarvspædagogik (NCK - Nordisk Centrum for Kulturarvspædagogik, 2010)* s. 85.
Jensen & Røsjø, *op. cit.*, s. 17.

²⁶ Asbjørn Hellum, "Arkiverne i samfundet", i *Dokumentation i en digital tid - ESDH, arkiver og god forvaltningsskik*, red. Elisabeth Bloch et al. (København: Arkivforeningen, 2017) s. 11-13.

Marianne Paasch, "Gemt eller Glemte? En undersøgelse af recordsbegrebets betydning for fremtidens informationsforvaltnings- og arkivpraksisser", (ph.d.-afhandling, Aalborg Universitet, 2018) s. 148-151.

af Facebook.²⁷ Rigsarkivet skal gennem årlige rapporter dokumentere virksomhedens aktiviteter og opfyldelse af målsætninger.²⁸ Der forefindes dog ikke undersøgelser af stadsarkivernes brug af Facebook, hvilket danner grundlaget for, at fokuset udelukkende vil være på disse i dette speciale.

Forskningens undersøgelser, især i et amerikansk og et canadisk perspektiv, har bl.a. klarlagt, at arkivernes brug af Facebook har et stort potentiale, når det bliver anvendt til at synliggøre institutionens rolle i samfundet, give indsigt i arkivsamlingerne samt nå ud til nye og større brugersegmenter. Forskningen fastslår dog, at der stadig er uklarheder om, hvordan valget og udformningen af en strategi med konkrete målsætninger hænger sammen med opslagernes indholdstyper, som arkiverne lægger op på Facebook, og antallet af interaktioner, som dette skaber. Chern Li Liew, Shannon Wellington, Gillian Oliver & Reid Perkins fremhæver det potentiale, som bl.a. Facebook har, men at arkiverne står overfor store udfordringer for at udnytte det til fulde:

*“At best, social media use in libraries and archives engages new communities of users, provides powerful tools for advocacy and outreach, and democratizes the institutional management of cultural memory. At worst, the affordances of social media may impact negatively on institutional branding, alienate users, and compromise information dissemination.”*²⁹

Vores formål med dette speciale er at bidrage med en videre tilføjelse til arkivteoriens udadvendte virksomhed inden for en dansk kontekst ud fra arkivernes brug af Facebook. Selvom vi har et primært fokus på arkivernes strategiske anvendelse af Facebook i en dansk kontekst, så bidrager specialet også til forskningen, som er blevet efterspurgt af arkivteoretikere i et internationalt perspektiv.³⁰

²⁷ Katrine Tovgaard-Olsen, *Rigsarkivets Brugerundersøgelse 2015*, (København: Rigsarkivet, 2015) s. 24-28.
Rigsarkivet, *Rigsarkivet Årsberetning 2016*, (København: Rigsarkivet, 2016): s. 13 & 25.

Rigsarkivet, *Rigsarkivet Årsberetning 2017*, (København: Rigsarkivet, 2017): s. 14 & 30.

²⁸ Kulturministeriet, *Rammeaftale - Rigsarkivet 2019-2022*, (København: Kulturministeriet, 2020) s. 1-3.

²⁹ Liew, Wellington, Oliver & Perkins, “Social Media in Libraries and Archives”, s. 379.

³⁰ Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 9-10.

3. Problemformulering

Hvorfor er udvalgte stadsarkiver motiveret til at anvende det sociale medie Facebook, og hvordan kan deres anvendelse af mediet karakteriseres ift. sammenhænge mellem arkivernes strategiske overvejelser, opslagernes indholdstyper og antallet af interaktioner, som opslagene får?

4. Undersøgelsens afgrænsning

Dette afsnit skal klarlægge vores afgrænsning af problemformuleringen samt de stadsarkiver som vi har valgt at inkludere i undersøgelsen.

I problemstillingen har vi bl.a. påvist, at flere forskere har understreget vigtigheden af, at flere arkiver skal arbejde efter konkrete strategier. Disse strategier kan dog indeholde forskellige aspekter ift. hvad de forventes at skulle indfri. Erin Lawrimore har fremsat et forslag til, hvilke aspekter der bør danne fundamentet for en strategi. Hendes forslag til en strategi har hun afprøvet i praksis hos *University of North Carolina at Greensboro*. Hun pointerer bl.a. at en strategi skal indeholde: 1) fastsættelse af strategiske målsætninger, 2) handlingsplan for at opnå disse og 3) løbende evalueringer af, hvilke opslag og indholdstyper, der fungerer bedst for det enkelte arkiv.³¹ Disse strategiske overvejelser bliver i forskningen støttet op af både Heyliger, McLoone & Thomas samt Liew, King & Oliver.

Ud fra Lawrimores forslag til centrale aspekter, som et arkiv skal have med i sin Facebook strategi, vil vi også definere vores brug af strategi ud fra dette. Vores problemformulering skal afdække, hvordan arkivernes egne holdninger og tilgange til brugen af Facebook i de enkelte arkiver er, for at klarlægge arkivernes motivation for brugen af Facebook samt for at undersøge, hvilke muligheder arkiverne selv påpeger ved brugen af Facebook ift. deres arkivpraksis og dermed deres funktion i kommunen. Desuden undersøger vi arkivernes brug af Facebook ud fra, om de har en overordnet strategi, hvilke målsætninger de har fastsat, om opslagernes indholdstyper afspejler målsætningerne, i hvilket omfang arkiverne evaluerer og analyserer om deres aktiviteter på Facebook er succesfulde, og om

³¹ Erin Lawrimore, "Shoestring Social Media: Building a Social Media Presence for UNCG's Special Collections and University Archives", *North Carolina Libraries*, vol. 75, no. 1 (2017) s. 12-15.

antallet af interaktioner fra brugerne hænger sammen med arkivernes primære indholdstyper i opslagene.

Vi har valgt at afgrænse vores undersøgelse til at inkludere fem stadsarkiver: Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv og København³² Stadsarkiv. Dette har vi gjort, så vi har mulighed for at lave dybdegående analyser af arkivernes anvendelse af Facebook i en periode fra november 2019 til april 2020. Det metodiske grundlag for afgrænsningen af perioden bliver uddybet i metodeafsnittet. Stadsarkiverne er valgt, så nogle af de største stadsarkiver i Danmark - KBH, Odense og Aalborg - er repræsenteret, men ikke samtlige, eftersom vi f.eks. ikke har inkluderet Århus Stadsarkiv eller Kolding Stadsarkiv i vores undersøgelse, men i stedet har vi inkluderet to mindre arkiver, Silkeborg Arkiv og Bornholms Ø-arkiv. Disse er både nyere stadsarkiver og samtidig mindre, når det gælder medarbejderstaben, end de tre andre arkiver, og på denne måde er de med til at skabe en vis grad af diversitet. Inden vi afgrænsede vores udvalgte stadsarkiver, foretog vi en manuel "scanning", hvor vi undersøgte alle danske stadsarkiver. Vi lavede en liste over samtlige 54 stadsarkiver for at klarlægge om de var aktive på Facebook og i hvilket omfang, denne scanning var bl.a. inspireret af de scanninger som Duff, Johnson & Cherry samt Hager har lavet.³³ Vores liste er sammenholdt med Rigsarkivets liste fra 2014³⁴, og vores liste ligger i bilag 1.

³² København Stadsarkiv refererer primært sig selv som "KBH Stadsarkiv", hvilket vi også efterfølgende i specialet vil gøre.

³³ Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.* s. 81-82.
Hager, *op. cit.*, s. 21-22.

³⁴ Rigsarkivet, *Aflevering af arkivalier til offentligt arkiv - En vejledning til kommuner og regioner - 2011 - Opdateret december 2014*, (København: Rigsarkivet 2014) s. 21.

Del II

5. Stadsarkiverne og termen udadvendt virksomhed

Dette afsnit skal redegøre for, hvordan danske stadsarkivers struktur og placering i kommunen samt samarbejdet med Rigsarkivet er med til at fastsætte, hvordan deres virke i samfundet er. Derudover vil vi også redegøre for, hvordan vi vil anvende centrale begreber i specialet, og hvordan disse er relateret både i en national og international kontekst.

5.1 De danske stadsarkiver

De offentlige kommunale arkiver bliver i Danmark både kaldt for §7-arkiver, kommunearkiver, eller stadsarkiver.³⁵ I specialet bruger vi både med betegnelsen 'stadsarkiv' og 'arkiv', hvor de i begge sammenhænge skal karakteriseres som kommunale offentlige arkiver vi omtaler, medmindre andet bliver pointeret. Stadsarkiverne er oprettet ud fra enten kommunens eller byrådets egne initiativer.³⁶ Kommunerne er ikke forpligtet til at oprette et arkiv, idet de kan vælge at aflevere deres bevaringsværdige arkivalier³⁷ direkte til Rigsarkivet. Oprettelsen af et arkiv er en politisk beslutning fra kommunens side om, hvorvidt den kan varetage denne opgave ud fra de centrale krav, der forefindes i arkivloven.³⁸ Stadsarkiverne er underlagt arkivloven, hvori deres lovgivningsmæssige rammer og formål er fastlagt i lovens §7.³⁹

I arkivlovens §7, stk. 3-4 står der, at stadsarkiverne skal stille arkivalier til rådighed samt vejlede både myndigheder og borgere, hvilket til dels fordrer en udadvendt virksomhed. Stadsarkivernes rolle som offentlig myndighed er fastlagt ud fra arkivloven, hvilket også gør

³⁵ Paasch, "*Gemt eller Glemmt?*", s. 150.

Hellum, "*Arkiverne i samfundet*", s. 11.

³⁶ Paasch, *op. cit.*, s. 150.

³⁷ Termen arkivalie bliver i specialet brugt som en dækkende term for både de transaktioner, der finder sted hos f.eks. offentlige institutioner og for indholdet i arkivsamlingerne. Termen benyttes nemlig i den danske arkivlov, selvom man internationalt oftest bruger flere forskellige termer som f.eks. *records* og *archives*. I specialet vil vi have et primært fokus på de arkivalier, der er gået fra analogt til digitalt. Disse arkivalier kan eksempelvis være billedmaterialer, hvilket arkiverne primært bruger ifm. deres formidlingstiltag, både til fysiske arrangementer (f.eks. udstillinger) og til digital formidling på sociale medier.

³⁸ Paasch, *op. cit.*, s. 458.

³⁹ "Bekendtgørelse af arkivloven", konsulteret 8. april 2020, <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=183862>

dem til en kulturinstitution som f.eks. museer og biblioteker er, idet arkiverne står for den autentiske arkivalske hukommelse i Danmark. Det er dog vigtigt at påpege, at der også forefindes deciderede lokalarkiver, der er med til at afdække dette, men at lokalarkiverne ikke juridisk er underlagt arkivloven, men alligevel arbejder efter denne.⁴⁰

Stadsarkiverne og Rigsarkivet samarbejder, idet Rigsarkivet bl.a. udformer bekendtgørelser og fører tilsyn med stadsarkivernes varetagelse af det arkivmæssige hensyn.⁴¹ Stadsarkiverne er en vigtig samarbejdspartner for Rigsarkivet på det myndighedsvendte område, idet arkiverne har en dybdegående forståelse for deres kommunale forvaltning og selv har hovedansvaret for, at kommunerne følger de strategiske mål ifm. arkiv-området.⁴² Der er dog forskel på kommunernes tilgang til arkivinstitutionerne, da nogle kommuner udelukkende har et rent administrativt arkiv af navn, ligesom nogle kommuner har et mere specialiseret arkiv inden for f.eks. det digitale bevaringsområde.⁴³ Stadsarkiverne har klare kerneopgaver, men adskiller sig også kommunerne imellem når det gælder, hvor i den kommunale forvaltning arkivet etableres.⁴⁴ Nogle stadsarkiver har hovedansvaret for kommunes ESDH-system,⁴⁵ mens dette ikke er tilfældet for andre.⁴⁶ Samtidig er det også forskelligt, hvordan kommunerne vælger at prioritere selve arkivområdet i kommunen, og hvordan de fokuserer på formidlingsarbejdet i deres stadsarkiver.⁴⁷ Dette er f.eks. tilfældet ved KBH Stadsarkiv, der udover deres myndighedsrolle også vægter den lokalhistoriske rolle højt.⁴⁸ Modsat KBH Stadsarkiv, er bl.a. Roskilde Stadsarkiv oprettet med et primært fokus på myndighedsopgaven, idet Roskilde Stadsarkiv rent administrativt beskæftiger sig med varetagelsen af kommunens myndighedsarkivalier og udfører forespørgselsopgaver internt og eksternt i kommunen.⁴⁹ Grundlaget for, at nogle stadsarkiver faciliterer det lokalhistoriske aspekt, og andre ikke gør, kan være, at flere af kommunens flere

⁴⁰ Bente Jensen & Charlotte S. H. Jensen, "Arkivformidling – Arkiver for alle?" *Nordisk Arkivnyt*, nr. 3, (2004) s. 2.

⁴¹ Paasch, *op. cit.*, s. 465.

⁴² *Ibid.*, s. 242.

⁴³ *Ibid.*, s. 256.

⁴⁴ *Ibid.*, s. 255.

⁴⁵ Elektroniske sags- og dokumenthåndteringssystemer. ESDH-system varetager et arkivs elektroniske registreringer af sager og dokumenter samt dets elektroniske arkivering af alle dokumenter.

⁴⁶ Paasch, *op. cit.*, s. 478.

⁴⁷ *Ibid.*, s. 478.

⁴⁸ "Stadsarkivets opgaver," konsulteret 31. maj 2020, <https://www.kbharkiv.dk/om-os/kobenhavns-stadsarkivs-opgaver>

⁴⁹ "Stadsarkivet," konsulteret 31. maj 2020, <https://roskilde.dk/stadsarkivet>

lokalarkiver, der har eksisteret på området længe, allerede varetager denne opgave. Ydermere er det også vekslende, hvordan arkiverne gør brug af udadvendt virksomhed og synliggørelse i lokalsamfundet, hvilket kræver ekstra ressourcer.⁵⁰ Til trods for, at der er en stor diversitet stadsarkiverne imellem, så er arkivloven fællesnævner for dem alle. Det er i høj grad kommunerne selv og deres prioriteringer, der er en afgørende faktor for, om stadsarkiverne kun skal være en primær administrativ del, eller om kommunen også ønsker et yderligere fokus på stadsarkivernes formidlingspraksis.

5.2 Definitionen på termen udadvendt virksomhed og begreberne herunder

I dette afsnit vil centrale begreber for specialet blive klarlagt, eftersom disse vil have en betydning og blive anvendt i forskningsoversigten. Begreberne vil desuden danne et teoretisk fundament for vores metodiske tilgang til at afdække indholdstyperne i stadsarkivernes opslag på Facebook. Dette vil vi præcisere i selve metodeafsnittet.

En del af skiftet i arkivernes selvforståelse er baseret på, at de er blevet mere brugerorienterede. I denne sammenhæng anvender de også i højere grad det, der i en dansk kontekst er karakteriseret som udadvendt virksomhed. I dansk arkivteori har Jensen & S. H. Jensen givet deres bud på en definition af, hvordan aktiviteterne, der indgår under termen udadvendt virksomhed, kan karakteriseres.⁵¹ Jensen & S. H. Jensen har bl.a. brugt international arkivteori i deres udformning og definition af begreberne i en dansk kontekst, og i deres definition fremhæver de begreberne tilgængeliggørelse, vejledning og formidling som centrale begreber, der i praksis oftest bliver brugt i symbiose med hinanden, men der rent teoretisk kan adskilles.

Tilgængeliggørelse er, når arkiverne gør brugerne i stand til at lokalisere informationer ved hjælp af indekser, kataloger, søgbare databaser, fortegnelser etc.⁵² Det er altså vigtigt, at arkivalierne registreres og beskrives på et nødvendigt niveau, så der hurtigt kan skabes et overblik over, hvilken struktur en given arkivsamling indeholder, f.eks. gruppe, serie, genstand etc. Ved digital tilgængeliggørelse er det udover ovenstående punkter også vigtigt at tage

⁵⁰ Jensen & S. H. Jensen, "Arkivformidling - 2006", s. 2.

⁵¹ Jensen & S. H. Jensen, "Arkivformidling - 2004", s. 2-4.
Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2006) s. 16-18.

⁵² Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 4.

højde for tilrettelæggelse, styring, hardware, konvertering, lagring etc.⁵³ Desuden er rammerne for tilgængelighedsfristen, og hvilke forbehold der må tages højde for i en dansk kontekst, angivet i arkivlovens §22-29.⁵⁴

Vejledning er, når arkivarerne vejleder brugere i, hvordan de kan anvende arkivalierne, og hvordan de benytter registraturerne til at navigere i samlingerne.⁵⁵ Arkivaren skal kunne møde brugere, der har forskellige erfaringer og forventninger til deres besøg, hvilket betyder, at vejledningen også skal tilrettelægges og justeres afhængigt af, hvilke brugergrupper der er tale om.⁵⁶ I den digitale verden er arkivaren stadig vigtig som vejleder, også selvom det ikke nødvendigvis sker fysisk. I dag er mange arkivsamlinger tilgængelige digitalt, og selvom der er skabt overblik over samlingen, kan brugerne stadig have brug for vejledning, f.eks. ved hjælp af videoer, chattilbud, weblayout, søgeegenskaber etc.⁵⁷

Formidling er, når arkivaren bearbejder og derpå tilrettelægger indhold fra et arkivalie, der kan komme til udtryk i f.eks. foredrag, udstillinger, skriftlige fremstillinger, film etc. Dermed bliver arkivaliernes indhold fortolket og efterfølgende formidlet til brugerne. Arkiverne er samtidig med til at give brugerne et indtryk af bestemte værdier, som arkivet vægter, og hvordan disse vurderes.⁵⁸

I de engelsktalende lande bruges der forskellige termer for aktiviteterne/handlingerne under det, der i Danmark kaldes for udadvendt virksomhed.⁵⁹ Bl.a. bliver termen *outreach* anvendt. Elsie Freeman Freivogel definerede *outreach* således:

*"Outreach can range at the least from simple exhibits, tours, and curatorial talks to more sophisticated activity, including multilevel conferences, traveling exhibits, group instruction, teacher workshops, courses based on the archives using records as text and archivists as facilitators, or cycles of activities focused on a theme or a period."*⁶⁰

⁵³ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 6.

⁵⁴ "Bekendtgørelse af arkivloven."

⁵⁵ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 5-6.

⁵⁶ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2006) s. 11-13.

⁵⁷ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 4.

⁵⁸ Jensen og S. H. Jensen, *op. cit.* (2006) s. 17-18.

⁵⁹ Sigrid McCausland, "Archival Public Programming", i *Currents of Archival Thinking*, 2. udg., red. Heather MacNeil & Terry Eastwood (Abc-Clio, 2017) s. 227.

⁶⁰ Freivogel, *op. cit.*, s. 148.

Vi vil i specialet bruge termen udadvendt virksomhed stringent, både når vi skriver om national og international litteratur, idet vi kan fastslå, at der er centrale ligheder mellem handlingerne, der forekommer under termer som f.eks. udadvendt virksomhed og *outreach*.⁶¹

6. Væsentlige funktioner på Facebook

I dette afsnit vil vi redegøre for nogle strukturelle og funktionelle aspekter af Facebook, der er relevante for forståelsen af Facebook-sidernes opbygning. Dette er nødvendigt for at klarlægge forskellige funktioner, som både arkiverne og brugerne får, når de anvender Facebook, og derfor vil disse funktioner også indgå i både forskningslitteraturen og vores analyse.

Facebook skaber et netværk, hvor både privatpersoner og organisationer kan interagere med hinanden. Facebook giver den enkelte person eller organisation mulighed for at præsentere og dele informationer på tværs af det omgivende netværk, og det er muligt at skrive forskellige tekst opslag og beskeder samt uploade billeder, videoer og links.⁶²

Personer kan oprette en gratis Facebookprofil. Derfra kan de tilføje venner i deres netværk, hvor de bl.a. kan sende beskeder til dem og samtidig dele informationer med dem offentligt på bl.a. deres *profilvæg* og på deres *startside*.⁶³ Afhængig af hvilke filtreringsindstillinger som brugeren har aktiveret på deres *startside*, så viser *startside* en personaliseret og aggregeret samling af opdateringer.

⁶¹ Pearce-Moses, *A Glossary of Archival and Records Terminology*, s. 282.

Ericson, "Preoccupied with our own gardens", s. 116-117.

Jensen & Røsjø, *op. cit.*, s. 10.

⁶² Adam Crymble, "An analysis of Twitter and Facebook use by the archival community", *Archivaria*, vol. 70 (2010) s. 130-131.

⁶³ "Brug af Facebook," konsulteret 20. april 2020,
https://www.Facebook.com/help/753701661398957/?helpref=hc_fnav

Organisationer, der ønsker at vise deres tilstedeværelse på Facebook, gør det typisk ved at oprette en profil i form af en såkaldt Facebook-side, hvorfra de kan dele informationer til de personer, der *synes godt om* og *følger* deres side.⁶⁴ Disse Facebook-sider er offentligt tilgængelige, hvilket betyder, at det ikke er nødvendigt at have forhåndsgodkendt sine venner, for at det er muligt at se sidernes indhold, som det f.eks. kan være tilfældet ved en almindelig brugerkonto.⁶⁵ Dette betyder i princippet, at hvis et arkivs side har 1000 *synes godt om*, så bliver deres opdateringer vist på 1000 personers *startsider*, hvorfra disse personer kan vælge at videre dele opdateringerne.⁶⁶ Desuden kan arkiverne via Facebook-sider bl.a. oprette annoncer, promovere/fremhæve opslag og få adgang til analyseværktøjer under rubrikken 'indblik', der giver arkivernes administratorer adgang til oplysninger om, hvordan aktiviteten og interaktionen på deres Facebook-side er.⁶⁷

I forhold til denne opsætning er tre funktioner vigtige: *synes godt om*, *kommentere* og *dele* informationerne.

Synes godt om er en simpel interaktions metode, hvor brugere i form af et *synes godt om* kan udtrykke, hvad de mener om et givent opslag.⁶⁸ F.eks. kan brugere gøre dette, når et arkiv lægger et foto op på dets Facebook-side.

En anden funktion er, at brugerne kan *kommentere* på forskellige opslag, hvilket gør denne funktion mere interaktiv end *synes godt om* funktionen.⁶⁹ Dette skyldes, at brugerne via *kommentarer* kan udtrykke deres tanker, følelser og generelle holdninger til et givent opslag og på denne måde indgå i forskellige diskussioner med andre brugere.⁷⁰

Det er muligt for både private brugerkonti og Facebook-sider at *dele* hinandens opslag. Dette resulterer i, at forskellige opslag indeholdende både tekst, fotos og videoer kan *deles* i helt nye omgangskredse.⁷¹ Eksempelvis kan en bruger, der *synes godt om* et arkivs Facebook-side, vælge at *dele* et opslag, som arkivet har lavet, på sin egen personlige *profilvæg*, hvilket resulterer i, at dette opslag nu bliver *delt* med denne persons venner. Dermed når opslaget

⁶⁴ "Brug af Facebook."

⁶⁵ "Brug af Facebook."

⁶⁶ Crymble, "An analysis of Twitter and Facebook", s. 130-131.
"Brug af Facebook."

⁶⁷ "Brug af Facebook."

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Crymble, *op. cit.*, s. 131.

⁷¹ "Brug af Facebook."

ud i nye omgangskredse, hvilket i sidste ende kan generere større aktivitet på arkivets Facebook-side.⁷²

Disse ovenstående funktioner er vigtige dele af Facebooks værktøjer, der gør brugerne - personer og organisationer - i stand til at henvende sig til og interagere med hinanden på tværs af forskellige netværk. Derfor er disse funktioner også visuelle eksempler på, hvordan et opslag modtages, og hvor stor aktivitet det genererer.

⁷² Crymble, *op. cit.*, s. 131.

7. Forskningsoversigt

I problemstillingen blev de overordnede udfordringer som arkiverne oplever ifm. brugen af Facebook klarlagt. Denne forskningsoversigt vil give et dybdegående indblik i, hvilke arkivfaglige diskussioner, der er blandt forskere om anvendelsen af Facebook, og hvilke udfordringer og forbehold arkivarerne skal have in mente, når de anvender mediet. Forskere, der er inkluderet i denne oversigt, er udvalgt på baggrund af de undersøgelser, diskussioner og løsningsforslag som de har fremsat og gjort synlige i fagområdet, samt deres generelle erfaring og arbejde med anvendelsen af Facebook i arkiv sammenhænge. Forskningsoversigten er opdelt i afsnit, der overordnet dækker diskussioner om anvendelsen af Facebook i arkiverne og ifm. udadvendt virksomhed i både dansk og international kontekst. Derfor vil forskningsartiklerne ikke blive inddraget i kronologisk rækkefølge, men ud fra, hvornår deres argumentationer er relevante.

7.1 Facebook som en del af arkivernes praksis

Flere forskere har efterhånden understreget, at Facebook er et vigtigt redskab ifm. arkivernes udadvendte virksomhed, hvor arkiverne bl.a. informerer brugerne om nye samlinger, artikler skrevet ud fra arkivaliers indhold om lokalhistorie etc.⁷³ Heyliger, McLoone & Thomas påpeger, at arkiverne i løbet af 2009 begyndte at være til stede på Facebook i højere grad end før og at dette skyldtes, at Facebook i 2009 generelt fik flere brugere.⁷⁴ Dette understøttes også af Liew, King & Oliver, der påpeger, at arkivernes brug af sociale medier i en bred og accepteret forstand først er sket inden for de sidste ti år.⁷⁵ Hager understreger ligeledes, at det er forventet, at arkiver er aktive på Facebook: *"In other words, having a Facebook presence is expected for public institutions, and therefore the archival institution should have one as well."*⁷⁶

Duff, Johnson & Cherry påpeger også, at arkiverne yderligere kan bruge Facebook til at få brugerne til at bidrage med deres viden i forskellige sammenhænge til at skabe bedre

⁷³ Lawrimore, "Shoestring Social Media:", s. 10.

Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 381.

Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 93-94.

⁷⁴ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 380.

⁷⁵ Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 1.

⁷⁶ Hager, *op. cit.*, s. 24.

registreringer og tilføjelse af metadata til forskellige samlinger. Duff, Johnson & Cherry understreger dog, at det er vigtigt, at arkivarerne stadig validerer borgernes bidrag og sørger for, at dataene er korrekte.⁷⁷ Dette punkt fremhæver Louise Curtis også, fordi det er vigtigt, at arkivarerne kontrollerer brugernes bidrag af f.eks. metadata til samlingerne, om end samarbejdet skal ske på en positiv måde, så brugerne ikke føler, at arkivarerne er autoritære, men de skal derimod være vejledere.⁷⁸

7.2 Arkivernes strategier ved anvendelse af sociale medier

Heyliger, McLoone & Thomas påpeger desuden, at det er vigtigt at arbejde efter en strategi for at systematisere det indhold som arkiverne lægger op på Facebook, for at udnytte ressourcerne mest effektivt.⁷⁹ Det er bl.a. vigtigt at vide, hvilke brugergrupper arkiverne ønsker at henvende sig til, idet Heyliger, McLoone & Thomas' undersøgelse viser, at arkiverne, der har målrettet deres udadvendte virksomhed mod bestemte brugergrupper, får større respons og mere ud af indsatsen.⁸⁰ I Heyliger, McLoone & Thomas' undersøgelse påpeger de, at den udadvendte virksomhed som arkiverne bruger Facebook til, inkluderer: arkivets nyheder, nye begivenheder, nye samlinger, lokalhistorie, publikationer af forskere og artikler ud fra arkivaliernes indhold. De understreger altså, at det er vigtigt for arkiverne at overveje, hvad Facebook som platform kan og giver dem mulighed for at gøre, samt hvilke brugere de ønsker at nå ud til via Facebook.⁸¹

I forbindelse med strategier ved anvendelse af sociale medier påpeger Lina Bountouri og Georgios Giannakopoulos, at alle arkiver i princippet kan anvende Facebook og drage fordele af platformen fordi det er det mest benyttede sociale medie.⁸² Problemet er dog, at det er ressourcekrævende, hvilket betyder, at ikke alle arkiver er store nok til at afsætte ressourcer til det.⁸³ Desuden fandt Bountouri & Giannakopoulos frem til i undersøgelse, at de adspurgte arkiver blot anvendte Facebook sporadisk og uden egentlige strategier til at styre

⁷⁷ Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 93.

⁷⁸ Louise Curtis, "Exploring Description: Archives and the Multiverse, Now and in the Future", *The iJournal*, vol. 4, no. 1 (2018) s. 54.

⁷⁹ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 384.

⁸⁰ *Ibid.*, s. 386.

⁸¹ *Ibid.*, s. 398.

⁸² Line Bountouri & Georgios Giannakopoulos, "The Use of Social Media in Archives", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, vol. 147, (2014) s. 511.

⁸³ Bountouri & Giannakopoulos, "The Use of Social Media in Archives", s. 511.

aktiviteterne, hvilket også betød, at de fik minimalt ud af indsatsen ift. mængden af ressourcer, der blev brugt.⁸⁴ Lawrimore understreger dog at mindre arkiver kan anvende Facebook med succes, men det kræver blot, at der er en omhyggelig planlægning og fastsatte, afgrænsede mål, som arkiverne vil opnå, inden de starter med aktiviteten på Facebook.⁸⁵

Hertil fastslår Liew, King & Oliver, at det er vigtigt for arkiverne at evaluere på deres arbejde og at det ikke er nok at bruge analyseværktøjer som *Google Analytics*, der kun bidrager med tal til at lave statistikker, hvis arkiverne skal lave en grundig evaluering af deres arbejde. Dette kræver f.eks., at de skal lave analyser af, hvilke typer opslag, der giver den mest effektive aktivitet fra brugernes side⁸⁶ Liew, King & Oliver påpeger dog, at det er svært at evaluere succesen på Facebook, fordi det kræver omfattende brugerundersøgelser, der vil aflede flere ressourcer. Dette kan være årsagen til, at arkiverne i flere tilfælde måler succesen ud fra interaktioner som f.eks. *synes godt om*, fordi det er hurtigere og mere ressourcebesparende at vurdere succesen på denne måde.⁸⁷ Hager understreger også, at *synes godt om*-funktionen, set fra brugernes side, er en nem måde for dem at vise deres mening om arkivets opslag, mens brugernes *kommentarer* kan være med til at indikere deres direkte synspunkter. Dermed kan interaktionerne ifølge Hager være med til at give et indblik i brugernes holdninger til arkivets aktiviteter på Facebook.⁸⁸ I forbindelse med vurderingen af opslagernes succes, understøtter Duff, Johnson & Cherry også Hagers argumenter for, at vurderingen er nemmest at lave, når arkiverne vurderer ud fra antallet af interaktioner.⁸⁹ Hager samt Liew, King & Oliver konkluderer bl.a., at den fremtidige forskning bør fokusere på, hvilke målsætninger arkiverne har ifm. deres brug af Facebook, og om deres opslags indhold afspejler disse målsætninger, samt hvordan brugerne reagerer på disse opslag med interaktioner.⁹⁰

Ifølge Felicia Williamson, Scott Vieira & James Williamson er systematiseringen af arkivernes aktiviteter på Facebook, f.eks. ifm. et fastsat antal opslag, der skal lægges op om dagen/ugen,

⁸⁴ Bountouri & Giannakopoulos, *op. cit.*, s. 515-516.

⁸⁵ Lawrimore, *op. cit.*, s. 15-16.

⁸⁶ Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 6.

⁸⁷ *Ibid.*, s. 6-7.

Hager, *op. cit.*, s. 20.

⁸⁸ *Ibid.*, s. 20.

⁸⁹ Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 84.

⁹⁰ Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 6-9.

Hager, *op. cit.*, s. 20-23.

vigtig for at sikre, at arkivernes ressourcebrug på Facebook returnerer en del af indsatsen i form af flere brugere og et større brug af arkivernes samlinger.⁹¹ Williamson, Vieira & Williamson understreger, at den udadvendte virksomhed er vigtig for arkiverne, for ellers er arbejdet med mange af arkivernes forudgående kerneopgaver spildt: *"The heart of archival work is arranging and describing collections, but if people do not access these collections, the effort seems ill spent."*⁹² Derfor er det også vigtigt, at arkiverne prioriterer- og er visionære omkring den udadvendte virksomhed på Facebook, og f.eks. sørger for, at frekvensen af opslag, der lægges op, er høj, og det kan være mange forskellige typer af opslag, og det behøver ikke altid være opslag, der afspejler arkivernes målsætninger.⁹³

Lawrimore påpeger også, at brugen af Facebook er vigtig pga. dets potentiale og muligheder. Hun fremhæver som beskrevet tre centrale aspekter, der bør danne fundamentet i ethvert arkivs strategi for anvendelse af Facebook: 1. målsætninger, 2. handlingsplan og indholdstype, 3. løbende evalueringer af, hvilke opslag og indholdstyper, der fungerer.⁹⁴ Arkiverne kan anvende Facebook med stor fordel fordi platformen er gratis at bruge, og derfor kan også mindre arkiver drage store fordele heraf. Ydermere skriver Lawrimore: *"It is an essential resource if archives and special collections wish to reach and grow our audience and our audience's understanding of the valuable work that we do."*⁹⁵

Williamson, Vieira & Williamson pointerer også, at det er oplagt at bruge f.eks. Facebook, fordi der er en stor økonomisk faktor i anvendelsen af platformen. Det er "gratis" at være på platformen, og derfor tillader Facebook også, at arkiverne til en vis grad har frihed til at eksperimentere med forskellige tiltag og selv vurdere, hvad der virker. Dog koster det andre former for ressourcer, da det kræver mange arbejdstimer fra arkivarerne at være aktive og skabe tiltag på Facebook.⁹⁶ Ydermere viser deres undersøgelse, at en stigende aktivitet på Facebook, f.eks. giver bedre søge placering, når der foretages Google-søgninger på f.eks.

⁹¹ Felicia Williamson, Scott Vieira & James Williamson, "Marketing Finding Aids on Social Media: What Worked and What Didn't Work", *The American Archivist*, vol. 78, no. 2 (2015) s. 489-490.

⁹² Williamson, Vieira & Williamson, *op. cit.*, s. 511.

⁹³ *Ibid.*, s. 505.

Curtis, "Exploring Description", s. 56.

⁹⁴ Lawrimore, *op. cit.*, s. 12-15.

⁹⁵ *Ibid.*, s. 16.

Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 4.

⁹⁶ Williamson, Vieira & Williamson, *op. cit.*, s. 490-491.

arkivets navn eller nogle af arkivets centrale samlinger, hvilket kan gavne arkivet på andre net tjenester.⁹⁷

Adam Kriesberg har undersøgt, hvordan flere arkiver har eksperimenteret med brugen af bl.a. Facebook. Han understreger, at der ikke er én korrekt måde at bruge Facebook på, men at det kan bruges på flere forskellige måder, alt afhængig af, hvilken type arkivinstitution, der bruger det og hvad dets målsætninger er.⁹⁸

Hertil understreger Hager i sin undersøgelse, at flere arkiver oplever stor succes med at nå ud til nye og yngre brugersegmenter. Dog påpeger Hager, at Facebook i høj grad bliver brugt aktivt af et ældre brugersegment, mens det yngre brugersegment søger mod medier som eksempelvis Instagram.⁹⁹ Kriesberg påpeger ligesom Hager, at der ikke er fastlagt egentlige facitlister over, hvordan man opnår det "perfekte" resultat, men at dette er baseret på erfaring og eksperimentering.¹⁰⁰

7.3 Arkivernes udfordringer ved brugen af Facebook

Marissa Mason påpeger, at Facebook allerede har et stort online samfund og mange brugere, og derfor har arkiverne gode muligheder for promovering og eksponering. Derudover kan Facebook ifølge Mason styrke arkivernes udadvendte virksomhed overfor brugerne og skabe nye adgangspunkter til deres egne hjemmesider og databaser.¹⁰¹ Alligevel anser Mason det for udfordrende for arkiverne at anvende Facebook. Hun skriver bl.a., at der er: *"(...) concerns about appropriateness and trust in online spaces, digital rights issues, limited resources, limited user engagement, and limited empirical evidence backing the effectiveness of such initiatives."*¹⁰²

Liew, Wellington, Oliver & Perkins er enige i Masons punkter, fordi arkiverne risikerer, at den arkivalske *evidence* mister sin autenticitet, når arkivalier bliver brugt i opslag på

⁹⁷ Williamson, Vieira & Williamson, *op. cit.*, s. 508.

⁹⁸ Adam Kriesberg, "Increasing Access in 140 Characters or Less: Or, What Are Archival Institutions Doing on Twitter?", *The American Archivist*, vol. 77, no. 2 (2014) s. 535.

⁹⁹ Hager, *op. cit.*, s. 25-26.

¹⁰⁰ *Ibid*, s. 19.

¹⁰¹ Marissa K. Mason, "Outreach 2.0: Promoting Archives and Special Collections through Social Media", *Public Services Quarterly*, vol. 10 (2014) s. 158–159.

¹⁰² Mason, "Outreach 2.0", s. 163–164.

Facebook. Derfor mener de, at arkiverne skal overveje nøje, hvordan de bruger deres samlinger eksempelvis ifm. udadvendt virksomhed til formidlings formål, hvor det skal tydeliggøres, at arkivalierne bidrager til en øget historisk bevidsthed, og at arkivalierne ikke bør bruges på useriøse måder.¹⁰³ Mason påpeger også, at der kan være en fare for, at mange af ressourcerne som arkiverne bruger på udadvendt virksomhed ifm. formidling og dialoger med brugerne på Facebook kan blive spildte, hvis der ikke er en acceptabel interaktion med og engagement fra brugernes side. Det er dog op til arkiverne selv at vurdere og fastsætte, hvad de acceptable normer for brugerengagement skal vurderes ud fra.¹⁰⁴ Liew, Wellington, Oliver & Perkins har en tilføjelse til Masons punkter ifm. ophavsrettigheder. Her påpeger de, at arkiverne også til dels overlader eller deler informationer med en tredjepart, eftersom f.eks. Facebook får adgang til og lagrer de informationer som både arkiverne og brugerne deler.¹⁰⁵

Liew, Oliver & Morgan Watkins påpeger ligeledes, at flere af de adspurgte arkiver har haft dårlige oplevelser med, at der har været upassende diskussioner på deres Facebook-sider, og at det har ført til negativ omtale: *"A lack of control over what thoughts users and sometimes, staff members express in the social web space was the leading causes of negative experiences identified by several interviewees."*¹⁰⁶ Desuden påpeger Liew, Oliver & Watkins, at der også opstår problematikker, hvis arkiverne fjerner eller redigerer i brugernes kommentarer, fordi det kan resultere i sammenstød mellem brugerne og arkiverne. Derfor forsøger arkiverne i Liew, Oliver & Watkins' undersøgelse også at undgå at opildne eller indgå i debatter om politiske emner både nationalt og internationalt.¹⁰⁷

I den tidligere omtalte artikel fra 2015 af Liew, Wellington, Oliver & Perkins konkluderer de bl.a., at der er et stort engagement fra arkivernes side ift. anvendelsen af Facebook, men at det stadig er i en eksperimenterende fase, og at de arkiver som de undersøgte manglede at fastsætte strategier og målsætninger som de kunne arbejde efter. De nyere undersøgelser af Lawrimore samt Liew, Oliver & Watkins indikerer, at dette stadig er tilfældet.¹⁰⁸

¹⁰³ Liew, Wellington, Oliver & Perkins, "Social Media in Libraries and Archives", s. 389.

¹⁰⁴ Mason, *op. cit.*, s. 165–166.

¹⁰⁵ Liew, Wellington, Oliver & Perkins, *op. cit.*, s. 386–388.

¹⁰⁶ Chern Li Liew, Gillian Oliver & Morgan Watkins, "Insight from social media use by memory institutions in New Zealand: Participatory vs curatorial culture", *Online Information Review*, vol. 42, no. 1 (2018) s. 99.

¹⁰⁷ Liew, Oliver & Watkins, "Insight from social media use", s. 102.

¹⁰⁸ Lawrimore, *op. cit.*, s. 15–16.

Liew, Oliver & Watkins, *op. cit.*, s. 103–104.

7.4 Danske arkivers brug af udadvendt virksomhed

Det blev bl.a. understreget i problemstillingen, at arkivarer i Danmark i begrænset grad har forsket i arkivernes brug af Facebook. Det er dog blevet fremhævet i enkelte forskningsartikler, at arkivarerne forventer, at Facebook får en stadig større rolle i arkivernes praksis. Det meste af forskningen har dog fokuseret på de teoretiske aspekter af udadvendt virksomhed, og hvordan denne bliver anvendt i arkivernes praksis, både fysisk og digitalt.

Jensen & S. H. Jensen er nogle af de største bidragsydere til dansk arkivteori. De har bl.a. fremhævet, at den udadvendte virksomhed er vigtig for arkiverne, så borgerne bliver oplyst om arkivernes indhold samt deres funktioner i samfundet.¹⁰⁹ Ifølge Jensen & S. H. Jensen omhandler arkivformidling grundlæggende om arkivernes udadvendte virksomhed, hvor borgere bl.a. kan få en større historisk forståelse for og bevidsthed om arkivernes arbejde samt de forskningsprojekter og resultater, som de skaber.¹¹⁰ Jensen & S. H. Jensen pointerer, at formidling i arkivsammenhæng både kan være et overordnet udtryk for udadvendt virksomhed og, samtidig et begreb, der benyttes, når arkiverne bearbejder arkivaliernes indhold og formidler disse i forskellige former.¹¹¹ Ifølge Jensen & S. H. Jensen er der en symbiose mellem begreberne tilgængeliggørelse, vejledning og formidling, for hvis arkivet ikke har arkivalier, der kan tilgængeliggøres, så kan de ikke vejlede eller formidle.¹¹² Jensen & S. H. Jensen fastholder, at der er et klart skel mellem begreberne formidling og kommunikation, for selvom formidling omhandler dét at deltage i en kommunikativ proces, så er formidling i deres optik, at én person viderebringer informationer til en anden, hvor formidleren er en mellemmand. Dette står i modsætning til kommunikation, som omhandler, at personer i fællesskab udveksler informationer med hinanden.¹¹³

Jensen & S. H. Jensen skriver desuden, at de danske arkiver generelt er kendte i befolkningen, men at størstedelen af arkivernes brugergrupper er *"(...) hovedparten en forholdsvis homogen gruppe – lidt ældre, arbejdsfrie personer, som henvender sig for at*

¹⁰⁹ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 1-2.
Jensen & Røsjø, *op. cit.*, s. 13-14.

¹¹⁰ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 1-4.
Jensen & Røsjø, *op. cit.*, s. 9-12.

¹¹¹ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 3-7.

¹¹² *Ibid.*, s. 10.

Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2006) s. 17-18.

¹¹³ *Ibid.*, s. 7-9.

arbejde med slægtsforskning.”¹¹⁴ Derudover nævner de også forskere, studerende og engangsbrugere som værende blandt kernebrugerne. Alligevel er det begrænset, i hvor stort et omfang personer under 40 år, folkeskoleelever, uddannelsesinstitutioner og erhvervsaktive anvender arkiverne.¹¹⁵ Jensen & S. H. Jensen påpeger, at den udadvendte virksomhed kan hjælpe med at synliggøre arkiverne, så flere borgere i samfundet får kendskab til arkiverne. Dermed understreger de også, at det ikke nødvendigvis er et succeskriterie, at der er et større antal brugere, der bruger arkiverne fysisk, derimod er det et succeskriterium, hvis den generelle synlighed og positive opfattelse af arkiverne forøges.¹¹⁶

I en senere undersøgelse fastslår S. H. Jensen Facebooks potentiale for arkiverne, især fordi der er mange brugere til stede på de forskellige platforme, og at disse potentielt kan bidrage med ekstra viden og erfaring (erhvervsmæssig eller nichepræget) som arkiverne kan drage fordel af og f.eks. tilføje som metadata.¹¹⁷ Hun problematiserer dog selv, at mange onlinebrugere på f.eks. Facebook er forholdsvis passive i deres ageren. S. H. Jensen henviser bl.a. til den såkaldte 90-9-1 regel, hvor “• 90% af brugerne er betragtere (de læser eller kigger, men bidrager ikke). • 9% af brugerne bidrager en gang imellem, men de prioriteret [sic] andet • 1% af brugerne deltager intenst og står for de fleste af bidragene.”¹¹⁸ Derfor skal arkiverne være opmærksomme på, hvordan de motiverer brugerne til at være aktive. Desuden er det vigtigt at planlægge og vurdere det indhold, som arkiverne lægger op.¹¹⁹ Den udadvendte virksomhed på Facebook er også med til at demokratisere arkiverne på en mere synlig måde end tidligere ifølge S.H. Jensen.¹²⁰ Denne demokratisering er også blevet understreget af bl.a. Duff, Johnson & Cherry samt Hilde Lange & Ulrike Spring.¹²¹

¹¹⁴ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 10.

¹¹⁵ *Ibid.*, s. 10.

¹¹⁶ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 11-12.

¹¹⁷ Charlotte S.H. Jensen, *Kulturarven i Norden og de sociale medier - Inventering og rapport for Nordisk Centrum for Kulturarvspædagogik* (NCK - Nordisk Centrum for Kulturarvspædagogik, 2010) s. 14-16.

¹¹⁸ S.H. Jensen, *Kulturarven i Norden og de sociale medier*, s. 17.

¹¹⁹ S.H. Jensen, *op. cit.*, s. 19.

¹²⁰ *Ibid.*, s. 30.

¹²¹ Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 93.

Hilde Lange & Ulrike Spring, “Formidling for framtida”, i *Formidling for framtida – tanker om arkiv*, red. Hilde Lange & Ulrike Spring (ABM-media as, 2013) s. 17.

I en nyere artikel af S. H. Jensen undersøger hun, hvordan arkivformidlingen i Danmark udvikler sig, og hvilke udfordringer arkiverne kan møde i en nær fremtid. I denne vurderer hun bl.a., at teknologien er blevet en centralt implementeret del af arkivers praksis.¹²² Et væsentligt punkt, som S. H. Jensen fremhæver ifm. teknologien, er at brugerne også har fået langt flere muligheder for at modtage indhold fra forskellige tjenester i form af eksempelvis Facebook. Derfor mener hun, at det samtidig er blevet en udfordring at formidle kulturarven for arkivinstitutionerne, idet en stor del af arkivinstitutionernes samlinger er tekstbaseret, hvor kommunikation især på sociale medier i dag forekommer i form af korte tekstbeskeder på 140-160 tegn, samt fotos.¹²³

Jensen fremhæver, at den hurtige udvikling af nye teknologier som f.eks. smartphones medfører, at brugerne altid er online og kan tilgå de forskellige platforme herfra.¹²⁴ Williamson, Vieira & Williamson kunne dog spore at de fleste af "klikkene" fra brugerne i deres undersøgelse kom fra computere og ikke fra apps via smartphones. Dette var et overraskende resultat, eftersom en af deres teser var, at de fleste brugere ville tilgå siderne fra deres smartphones.¹²⁵

Den udadvendte virksomhed er et vigtigt element for arkiverne, da denne er med til at synliggøre arkiverne i samfundet og vise, hvad deres samfundsmæssige rolle og mission indebærer.¹²⁶ Samtidig er en platform som Facebook oplagt for arkiverne at bruge, fordi det er det største sociale medie målt på brugere og derfor er der et stort potentiale i form af brugerengagement og kontakt med forskellige brugersegmenter.¹²⁷

¹²² Charlotte Jensen, "Arkivformidling i fremtiden", i *#Arkivdag, relevans, medvirkning, dialog*, red. Marit Hosar et al. (ABM-media AS, 2016) s. 175.

¹²³ S.H. Jensen, "Arkivformidling i fremtiden", s. 180.

¹²⁴ Bente Jensen, "Instagram in the Photo Archives Curation, Participation, and Documentation through Social Media", i *Girona 2014 - Archives & Cultural Industries* (2014) s. 8-9.

¹²⁵ Williamson, Vieira & Williamson, *op. cit.*, s. 507.

¹²⁶ Håkon Larsen, "Archives, libraries and museums in the Nordic model of the public sphere", *Journal of Documentation* vol. 74, no. 1 (2017) s. 189-192.

Jensen & Røsjø, *op. cit.*, s. 13-14.

¹²⁷ S.H. Jensen, *op. cit.*, s. 183.

Lange & Spring, "Formidling for fremtida", s. 8.

7.5 Sammenfatning af forskningsoversigten

Forskningslitteraturen har fastlagt, at brugen af især Facebook er blevet en almen praksis i mange arkiver over hele verdenen, især ifm. at synliggøre arkiverne i samfundet. Denne udvikling er bl.a. et resultat af, at adskillige dele af befolkningen også har taget platformen til sig. Alligevel indikerer forskningslitteraturen også, at de fleste arkiver anvender Facebook til at føre en udadvendt virksomhed, om end den er meget blandet og ustruktureret. Det er primært promovering, nyheder og "bag scenen i arkiverne" som deres aktivitet på Facebook bliver brugt til at vise.

Et af de væsentligste kritikpunkter i forskningslitteraturen er, at arkiverne i et meget begrænset omfang evaluerer og analyserer deres egen aktivitet på Facebook, på nær i visse tilfælde målinger i form af *synes godt om*, og hvordan dette kan forbedres. Disse aspekter er meget vigtige for, at arkiverne kan bruge deres ressourcer mest effektivt. Desuden understreger forskningen, at det er vigtigt, at arkiverne systematiserer den udadvendte virksomhed og arbejder efter en konkret strategi, ikke mindst for at fastsætte en række målsætninger. Derudover er der en række udfordringer som arkiverne skal være opmærksomme på, når de bruger Facebook, f.eks. ift. negativ omtale, brugernes videre brug af arkivalier ift. ophavsret samt begrænset bruger engagement kontra brugte ressourcer.

Del III

8. Metode

Vores metode er inddelt i to hovedafsnit, der skal klarlægge specialets metodiske grundlag og fremgangsmåde. Specialet anvender overordnet kvalitative interviews samt dataudtrækninger fra arkivernes Facebook-sider som grundlag for indsamlingen af empiri. Der er adskillige bilag inkluderet i dette speciale, der primært er baseret på forskningsundersøgelser, som vi selv har foretaget, og dette indebærer i særlig grad interviewene med arkiverne, hvortil disse er transskriberet og ligger som bilag 3, 6, 9, 13 og 16. Derudover er dataudtrækningerne fra arkivernes Facebook-sider også skemalagt og kategoriseret, og disse skemaer ligger også som bilag 4, 7, 10, 14 og 17. Selve bilagene er på nær nogle få undtagelser opdelt efter hvert arkiv.

8.1 Det kvalitative forskningsinterview

I Steinar Kvale og Svend Brinkmanns bog *Interview – Det kvalitative forskningsinterview som håndværk* fra 2015 introducerer de interviewet som en metode inden for den kvalitative forskning. Kvale og Brinkmann er internationalt anerkendte og hyppigt brugt i akademiske tekster. I deres forskning fastsættes de grundlæggende aspekter ved udfærdigelsen af et forskningsinterview, som de definerer således: "*Forskningsinterviewet er en interpersonel situation, en samtale mellem to parter om et emne af fælles interesse. I interviewet skabes der viden "mellem" (inter) interviewerens og den interviewedes synspunkter.*"¹²⁸

Forskningsinterviewet bliver dermed defineret som en søgen efter viden ud fra dagliglivets samtaler, men også som en professionel samtale, hvor viden bliver konstrueret i et samspil eller en interaktion mellem interviewerens og interviewpersonen.¹²⁹ Hertil bliver begrebet *fænomenologi* en almen og central del af det kvalitative forskningsfelt, da det netop udspringer fra et fokus på at opnå en forståelse af sociale fænomener gennem hver enkelt

¹²⁸ Steinar Kvale og Svend Brinkmann, *Interview – Det kvalitative forskningsinterview som håndværk*, overs. Bjørn Nake, 3. udg. (København: Hans Reitzels Forlag, 2015) s. 177.

¹²⁹ *Ibid.*, s. 20.

aktørs egne perspektiver/historier, hvori de beskriver deres livsverden, som de oplever den.¹³⁰

Det kvalitative forskningsinterviews fokus på subjektets livsverden bliver anset som *det semistrukturerede livsverdensinterview*. Kvale & Brinkmann definerer dette som et interview, der har til formål at skabe en forståelse og indsamle beskrivelser af interviewpersonens livsverden. Disse beskrivelser skal være med til at sikre forståelse og fortolkning af de fænomener, der er beskrevet, hvor hensigten bliver at skabe en meningsfortolkning ud fra interviewspørgsmålene.¹³¹

Formålet med at anvende den kvalitative interviewmetode i undersøgelsen er, at vi ud fra vores udvalgte stadsarkiver ønsker at indsamle empiri over, hvordan de selv tolker deres praksis med brugen af Facebook. Disse besvarelser skal være med til at afdække vores problemformulering ift. stadsarkivernes motivation for at anvende Facebook, og hvordan denne anvendelse kan karakteriseres ift. strategi, indholdstyper og antallet af interaktioner. I og med at vi har et ønske om at undersøge, hvordan disse stadsarkiver anvender Facebook i praksis, er interviewmetoden særligt relevant, idet den netop fokuserer på den enkeltes egen livsverden og dermed selvforståelse.

Den kvalitative metode er optimal for en mere dybdegående forståelse af det pågældende emne, eksempelvis hvordan noget kan blive oplevet eller hvordan noget gøres af udvalgte interviewpersoner. Der kan endvidere åbnes op for nuancerede tankegange, idet dette kan blive udført forskelligt ud fra den enkelte praksis, og dermed også åbne op for forskellige erfaringer og resultater fra de enkelte eksperter.¹³²

8.1.1 De udvalgte stadsarkiver til interviewundersøgelsen

Vi har valgt at afgrænse vores undersøgelse til fem stadsarkiver, som er udvalgt efter at vi lavede en manuel scanning af alle de 54 danske stadsarkiver. Vi lavede en liste over disse og gennemgik dernæst bl.a. antal *synes godt om* og *følgere* på deres Facebook-sider.¹³³ Ud fra denne gennemgang foretog vi en udvælgelse af de stadsarkiver, som vi fandt særligt aktuelle at foretage en dybere undersøgelse af ift. dels deres brugerantal på Facebook ud fra *synes godt om* og *følgere* på siden og dels arkivernes aktiviteter. Vi har lavet aftaler med følgende

¹³⁰ Kvale & Brinkmann, *op. cit.*, s. 48.

¹³¹ *Ibid.*, s. 22 & 49.

¹³² *Ibid.*, s. 153.

¹³³ Bilag 1, s. 2-6.

stadsarkiver: Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv og København Stadsarkiv, hvor vi interviewer de arkivarer, der er ansvarlige for aktiviteterne på Facebook, herunder om brugen af udadvendt virksomhed på de pågældende arkiver. Dette giver deres besvarelser på interviewspørgsmålene en større legitimitet, end hvis besvarelsen f.eks. kom fra en arkivar med et andet ansvarsområde, såsom papirarkivalier eller for bevaring og kassation. Det er dermed arkivarerne som har ansvaret for arkivernes Facebook-sider og deres indblik i arkivets praksis, som vi igennem vores interview vil fremhæve, og hvordan deres indblik i praksis konkret kommer til udtryk for det enkelte stadsarkiv. Vi vil i selve analyseafsnittene uddybe, hvem disse interviewpersoner er, og hvilke primære ansvarsopgaver de har i deres respektive arkiver. Desuden vil vi i analysen både referere til arkivarerne samt arkivernes navne som institutioner, fordi det er synonymt med det talerør som vi har fra arkivarerne vi har interviewet. Vores interviews med fagpersonerne kan som beskrevet give indsigt i, hvordan arkiverne selv vurderer og anvender Facebook i deres praksis, men interviewene kan ikke klarlægge, hvad brugernes holdninger er til arkivernes anvendelse af Facebook eller det indhold som de lægger op derinde. En metode, hvorpå dette kunne have været klarlagt, var hvis vi havde foretaget interviews med udvalgte brugere eller lavet et spørgeskema. Dette fandt vi dog ikke relevant, fordi vores fokus er at undersøge brugen af Facebook fra arkivernes perspektiv.

Vores analyse er numerisk struktureret ift. antal *synes godt om* og *følgere* på stadsarkivernes Facebook-sider. Dette betyder, at rækkefølgen er følgende: Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv og København Stadsarkiv. Dette er også gjort ud fra et postulat om, at de arkiver med flest *synes godt om* og *følgere*, er de mest aktive på Facebook ifm. opslagernes hyppighed og indhold.

8.1.2 Vores interviewguide

Inden man foretager et interview, har man ofte forberedt sig via et script (en interviewguide), hvori man strukturerer hele sit interviewforløb ud fra en grundlæggende plan ifm. spørgsmål og emner. Ved et semistruktureret interview vil guiden primært indeholde en egentlig oversigt over de emner, der skal dækkes ved besvarelse af undersøgelsen, samt forslag til spørgsmål, som kan dække disse emner.¹³⁴ I vores interviewguide har vi fastlagt tre centrale tematikker

¹³⁴ Kvale & Brinkmann, *op. cit.*, s. 185.

for at kunne afdække vores problemformulering: 1) arkivets rammer, 2) arkivets brugere samt 3) strategier og planlægning af brugen af Facebook.¹³⁵ Selve tematikkerne og spørgsmålene i interviewguiden er valgt, da de kan være med til at afdække, hvordan arkiverne selv tolker deres rolle og funktion i lokalsamfundet, deres tilgang til brugerne, og hvordan de prioriterer og strukturerer deres anvendelse af Facebook. Endvidere er tematikkerne vedr. arkivets strategier ved brugen af Facebook med til at påvise, hvilke motivationer arkiverne har for at bruge af Facebook, samt hvordan arkiverne selv evaluerer og vurderer succeskriterier ift. arkivets målsætning ved brugen af mediet.

Kvale & Brinkmann fastholder, at åbne interviewspørgsmål giver de mest fuldstændige svar. Derfor er de fleste af vores spørgsmål i interviewguiden forholdsvis åbne, således at arkivarerne selv kan reflektere over svarene og komme med yderligere tilføjelser og uddybninger til vores spørgsmål. Stadsarkiverne, som vi har aftaler med, har dog ønsket at få tilsendt spørgsmålene forinden. Fordelen ved, at stadsarkiverne får udleveret spørgsmålene forinden er, at de bl.a. kan reflektere over det arbejde som de ellers er vant til at udføre i praksis og få dette formaliseret til ord, når de besvarer spørgsmålene under interviewet.

8.1.3 Bearbejdning af data-transskribering af interviewene

I vores interviews med stadsarkiverne sikrede vi, at de grundlæggende etiske elementer blev holdt i hævd ifm. vores interviews. Hertil ville vi sikre det nødvendige samtykke fra vores interviewpersoner, hvor vi informerede om interviewenes grundlæggende formål. Endvidere informerede vi yderligere om dette i selve interviewets officielle start, for at sikre en genopfrisket forståelse af formålet for vores interviewperson.¹³⁶ I forbindelse med informationen om interviewets grundlæggende formål informerede vi endvidere om vores interviewpersoners rettigheder og muligheder under og efter interviewet, hvor vi fik fastlagt nogle centrale aftaler ifm. interviewpersonernes udtalelser under interviewet med inspiration fra Kvale & Brinkmanns metodiske værktøjer.¹³⁷ Disse aftaler indbefattede bl.a., at vi måtte citere vores interviewpersoner, hvilket arkivarerne, som nævnt, blev spurgt om inden og under det officielle interview.

¹³⁵ Bilag 2, s. 7-8.

¹³⁶ Kvale & Brinkmann, *op. cit.*, s. 116-117.

¹³⁷ *Ibid.*, s. 118-120.

Vores interviews blev optaget ved hjælp af diktafoner på vores smartphones, samt Windows' egen optagelsesfunktion 'stemmeoptager'. Fire af vores interviews er udført via VoIP-programmerne Skype for Business samt Microsoft Teams, eftersom nedlukningen af arkiverne pga. COVID-19-krisen samt rejse afstandene mellem arkiverne forhindrede, at vi kunne komme ud på alle arkiverne fysisk. Vi foretog dog interviewet med Aalborg Stadsarkiv fysisk. Efter optagelserne blev lyttet igennem flere gange, blev alle fem interview optagelser transskriberet. Vi foretog dog få justeringer for at få det mest læsevenlige resultat i den transskriberede tekst, så vi undlod at skrive unødige udråbsord ind i den transskriberede tekst. Vi har dog markeret, når interviewdeltagerne eller vi selv holdt pauser i svarene eller spørgsmålene på følgende måde: [""]. Afslutningsvis tilbagesendte vi de transskriberede interviews til interviewpersonerne, for at give dem muligheden for at gennemgå deres egne udtalelser og tilbagemelde, hvis de havde fortrudt bestemte dele eller ønskede tilføjelser til deres udtalelser. Dette var tilfældet ved Aalborg- og Odense Stadsarkiv, hvor arkivarerne havde indsigelser mod nogle af formuleringerne, men ikke selve essensen af deres svar.

Interviewene med arkivarerne danner det empiriske grundlag for, at vi kan analysere, hvilke refleksioner de har både teoretisk og rent praktisk ifm. anvendelsen af Facebook i deres arkiver. Desuden skal interviewene være med til at klarlægge, om arkiverne arbejder efter en konkret strategi, når de bruger Facebook, og hvem de ønskede brugergrupper er, som de forsøger at nå ud til på platformen. Samtidig giver interviewene også mulighed for at spørge ind til, hvordan arkiverne vurderer effekten af deres tilstedeværelse på Facebook, og om dette kan ses i form af en forøgelse af brugere.

8.2 Kategoriseringer af opslagernes indhold på stadsarkivernes Facebook-sider

Eftersom der ikke er lavet egentlige analyser af opslagernes indhold på arkivernes Facebook-sider, på nær at forskere bl.a. har kunnet fastlægge, at arkiver anvender Facebook til at føre en udadvendt virksomhed og promovere deres institutioner, så kræver det, at vi fastsætter en række kategorier, som opslagernes indhold kan kategoriseres efter.¹³⁸ Dette er bl.a. for ikke blot at kategorisere alt indholdet i opslagene, som arkiverne lægger op, som værende promovering af deres institution eller udadvendt virksomhed, men for at kunne klarlægge

¹³⁸ Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 95.

Hager, *op. cit.*, s. 35.

Liew, Wellington, Oliver & Perkins, *op. cit.*, s. 392-394.

detaljerede indholdstyper. Ved at fastsætte kategorier, der kan afgrænse forskellige indholdstyper i opslagene yderligere, vil det klarlægge, hvilke typer opslag der får mest respons fra brugerne, og hvilke sammenhænge der er mellem antallet af interaktioner og opslagernes indholdstype.

Som en del af vores kategoriseringer inkluderer vi begreberne tilgængeliggørelse, vejledning og formidling, eftersom forskningsoversigten har påvist, at adskillige arkiver anvender Facebook til at føre en udadvendt virksomhed, hvor vægten er lagt på forskellige dele af disse begreber, men i særdeleshed formidling. Ydermere er det relevant at bruge disse begreber under udadvendt virksomhed, eftersom Jensen og S. H. Jensens definition af udadvendt virksomhed og begreberne herunder, er teoretiske aspekter, som vi kan benytte til at klarlægge, hvordan indholdstyperne i opslagene kan kategoriseres.¹³⁹ Vi har desuden valgt at tilføje yderligere to kategorier som vi vil kategorisere indholdet efter: promovering og brugerhenvendelse. Promoverings kategorien er relevant, eftersom forskningen har påvist, at adskillige arkiver anvender Facebook til at promovere deres institutioner i form af generelle nyheder om institutionerne.¹⁴⁰ Det er dog nødvendigt at afgrænse promoverings kategorien, så ikke alle opslag kan kategoriseres efter denne, da dette som beskrevet ikke er med til at tydeliggøre, hvilket indhold i opslagene der genererer mange interaktioner. Derfor er der også opstillet konkrete krav i vores nedenstående skema for, hvornår vi kategoriserer opslagene som værende promovering. Desuden er det relevant at lave en brugerhenvendelses kategori, eftersom forskningen også påpeger, at stadig flere arkiver anvender Facebook til at skabe dialoger og direkte kontakt med brugerne og generere aktivitet i opslagene ved hjælp af *kommentarer og delinger*.¹⁴¹

Vi vil derfor anvende disse fem kategorier, når vi skal kategorisere indholdet på stadsarkivernes Facebook-sider. Vi har opstillet alle kategorier i følgende skema for at give et bedre overblik over, hvilke indholdstyper opslagene skal indeholde for at kunne kategoriseres under følgende kategorier.

¹³⁹ Jensen og S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 3-5.

¹⁴⁰ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 381-383.
Hager, *op. cit.*, s. 27.

Liew, Wellington, Oliver & Perkins, *op. cit.*, s. 393.

¹⁴¹ Liew, Wellington, Oliver & Perkins, *op. cit.*, s. 381-385.

Kategori	Udtryk på Facebook-siderne
Tilgængeliggørelse	➤ <i>Informationer om institutionens egen database (registratur) over deres samlinger. F.eks. Starbas, Arkiv.dk etc.</i> ➤ <i>Henvisning til institutionens eller en fælles database (F.eks. Arkiv.dk)</i> ➤ <i>Informationer om nye arkivsamlinger samt tilføjelser til eksisterende samlinger.</i>
Vejledning	➤ <i>Vejledningsguider til brug af arkivet, der kan komme til udtryk i tekster eller billeder.</i> ➤ <i>Informationer om arrangementer, som underviser brugerne om arkivets struktur og giver dem værktøjer til anvendelse af institutionens samlinger.</i>
Formidling	➤ <i>Bearbejdet og tilrettelagte arrangementer og produkter f.eks. foredrag, byvandring, artikler, film etc., der kan blive præsenteret i overskrifter men også mere direkte hvor noget indholdet præsenteres på forhånd.</i> ➤ <i>Konkrete opslag, der præsenterer arkivalier og deres indhold i form af mindre artikler og fotos med beskrivelser af deres indhold.</i>
Promovering	➤ <i>Reklame for institutionens kommende begivenheder og kampagner.</i> ➤ <i>Samarbejde med andre arkiver og andre ABM institutioner samt lokale virksomheder eller tv-stationer.</i> ➤ <i>Historier om institutionen - "bag scenen".</i> ➤ <i>Salgsprodukter, f.eks. årbøger, konsulentvirksomhed.</i>
Brugerhenvendelse	➤ <i>Institutionens ønske om brugernes bidrag, f.eks. metadata, eller viden om arkivsamlingerne.</i> ➤ <i>Indsamlingen af nye arkivalier. Eksempelvis brugernes billeder af samfundsbegebenheder.</i>

Vi har indsamlet dataene fra stadsarkivernes Facebook-sider manuelt, ved at gennemgå hvert enkelt opslag og kategorisere det ud fra vores kategoriserings-skema og samtidig notere antallet af interaktioner i form af *synes godt om*, *kommentarer* og *delinger*. Disse kategoriseringer samt antallet af interaktioner er angivet i vores bilag 4, 7, 10, 14 og 17, hvor der også er fastlagt begrundelser for, hvorfor vi har valgt at kategorisere de respektive opslag på disse måder.

Som et eksempel på, hvordan vores kategorisering af et arkivs opslag på dets Facebook-side er fastlagt, har vi inddraget et eksempel fra Bornholms Ø-arkiv. Eksemplet viser, hvordan opslaget ser ud på Ø-arkivets Facebook-side (billede 1), hvordan vi har afgjort, hvilke kategorier der skal fastsættes ud fra opslaget i billede 1, og hvordan dette kommer til udtryk i vores bilag 4.¹⁴²



Billede 1.

Dato opslaget er lagt op	Beskrivelse af opslagets indholdstype og hvad der er lagt vægt på i forhold til vores kategoriseringer i sektion 6.	Antal synes godt om	Antal kommentarer	Antal delinger	Vores kategorisering af indholdet
21. apr. 2020	Omhandler Henry Valdemar Lyster og hans liv, samt en stor mængde arkivalier der findes i arkivet om ham – henvisning til databaserne	31	1	7	Formidling og tilgængeliggørelse

Det er vigtigt at have in mente, at der ikke kun vil forekomme “rene” opslag ift. vores kategoriseringer, idet der kan forekomme to eller flere kategoriseringer i samme opslag. Derfor vil et opslag som f.eks. det der er vist i billede 1, både indeholde formidling og tilgængeliggørelse ud fra vores kategoriseringer. Eftersom opslagene kan indeholde flere kategoriseringer, betyder det også, at det totale antal af vores kategoriseringer vil overstige den totale sum af opslag som arkiverne har lagt op på Facebook i perioden. Desuden har vi fastsat kategorierne ud fra det umiddelbare indhold vi bliver præsenteret for i opslagene på

¹⁴² Bilag 4, s. 28.

arkivernes Facebook-side. Vi har f.eks. kun kategoriseret et opslag som værende formidling, hvis vi som vist i billede 1 bliver præsenteret for formidlings indhold i selve opslaget, og altså ikke hvis vi først skal klikke os videre flere gange til vi f.eks. ender på arkivets hjemmeside, før vi kan se formidlings indhold. Det er altså ud fra selve opslagernes indhold på Facebook som de bliver præsenteret på Facebook-siden, at vi har vurderet og kategoriseret indholdet efter. Vi har bearbejdet opslagernes indhold og som beskrevet kategoriseret disse, hvilket ligger i bilagene. Dermed vil analysen inkludere de færdige resultater i form af antal af, hvordan kategoriseringerne af indholdstyperne fordeler sig.

8.2.1 Antallet af interaktioner og sammenhæng mellem opslagernes indhold

Vores dataindsamling fra arkivernes Facebook-sider og efterfølgende kategoriseringer heraf er gjort, så vi kan skabe et overblik over, hvilken type indhold opslagene indeholder ud fra vores kategoriseringer. Derudover fastsætter vi også, hvor mange interaktioner opslagene har fået. Disse skal være med til at klarlægge, om der er sammenhænge mellem opslagernes indholdstyper og antallet af interaktioner, som disse får, og hvordan opslagernes indholdstyper afspejler mulige målsætninger som arkiverne har fastsat, samt om brugernes respons i form af interaktioner indikerer en succesfuld opfattelse i form af antal. I vores analyse vil vi indsætte data over antal kategoriseringer og antal interaktioner i diagrammer, der vil tydeliggøre, hvilke typer opslag, der er repræsenteret mest, ift. vores kategoriseringer. Derudover vil diagrammer med antallet af interaktioner fordelt på kategorierne også være med til at klarlægge, hvordan fordelingen afspejler brugernes aktiviteter på de forskellige opslag ud fra interaktionerne. Disse diagrammer kan forekomme at være små i selve analysedelene, og derfor er de indsat i bilagene 5, 8, 11, 15 og 18 i en større skala.

Fokusset på både interaktionerne i form af *synes godt om*, *kommentarer* og *delinger* er med til at indikere, hvordan brugernes respons på de forskellige opslag er. Dette er bl.a. understøttet af vores forskningsoversigt, hvor f.eks. Hager i sin undersøgelse påviser, at det er nemt for brugerne at give feedback til arkivet ved at klikke på, *synes godt om*-funktionen. Derfor understreger Hager også, at dette skal arkivet have in mente, når de vurderer, om deres aktiviteter på Facebook er succesfulde.¹⁴³ Desuden påpeger Hager samt Liew, King & Oliver,

¹⁴³ Hager, *op. cit.*, s. 20.

at de fleste arkiver måler og vurderer deres succes ud fra antallet af interaktioner, som deres opslag på Facebook skaber, fordi brugerne anvender disse funktioner til at indikere deres holdninger til opslagene, og fordi det er den nemmeste og mindst ressourcekrævende metode for arkiverne selv at måle og vurdere succesen på.¹⁴⁴

Det er dog vigtigt at have in mente, at selvom stadsarkiverne kan have mange brugere, der *synes godt om* eller *følger* deres side, så er det ikke ensbetydende med, at det samme antal vil give et *synes godt om* på deres opslag eller *følge* siden aktivt. Den egentlige brugergruppes størrelse kan ikke realistisk defineres ud fra en sides antal *synes godt om*, idet brugerne sagtens kan *synes godt om* siden uden at være aktive derinde. Samtidig kan siderne også tilgås uden overhovedet at *synes godt om* dem, eftersom de er offentligt tilgængelige. Alligevel kan antallet af *synes godt om* give en indikation på, hvor hyppigt Facebook-siderne bruges, eftersom brugerne enten skal *synes godt om* eller *følge* arkivets Facebook-side for at blive opdateret på nye opslag på deres egne private *startsider*. Desuden kan antallet af *synes godt om* på opslagene indikere de aktive brugeres tilfredshed med eller interesse for det enkelte opslag og derfor hjælpe arkiverne med at målrette deres opslag og identificere, hvilken type indhold der virker ift. online aktivitet på arkivernes Facebook-sider. Vi vil i specielt blot fokusere på antallet og ikke hvad brugernes kommentarer f.eks. viser eller hvor delingerne er blevet delt henne.

8.2.2 Tidsafgrænsningen for dataudtrækningerne

Vi har valgt en tidsafgrænsning på dataudvælgelsen fra november 2019 til april 2020. Derfor dækker perioden de seneste seks måneder, til selve undersøgelsen af Facebook-siderne blev udført d. 2. - 11. maj 2020. Disse dataudtrækninger er derfor foretaget før vi interviewede arkiverne, men resultaterne som vi fandt frem til gennem vores kategoriseringer af opslagene og dataudtrækningerne fra Facebook-siderne, blev ikke vist til arkiverne eller brugt i direkte spørgsmål. Til gengæld var de fund, som vi gjorde ud fra dataudtrækningerne, med til at inspirere en række af vores spørgsmål i interviewguiden omhandlende arkivernes brug af Facebook.

¹⁴⁴ Hager, *op. cit.*, s. 20-22.

Liew, King og Oliver, *op. cit.*, s. 7.

Grundlaget for, at vi har valgt at afdække perioden fra november 2019 til april 2020, er, at vi vil dække stadsarkivernes aktivitet på Facebook-siderne over en længere periode. Perioden kan samtidig illustrere både en høj og en lav aktivitet på Facebook, fordi de forskellige arkiver i perioder laver en eller flere kampagner, hvilket betyder, at deres aktivitet på Facebook er højere i nogle måneder og lavere i andre, hvilket vi bl.a. kunne se ud fra vores "scanning" af stadsarkiverne. Samtidig vil den længere periode også give et tydeligere indblik i stadsarkivernes arbejde med deres Facebook-sider, fordi vi vil afdække deres aktiviteter ift. opslagene kontinuerligt gennem de seks måneder. En anden metode kunne f.eks. have været at udvælge specifikke datoer, som f.eks. d. 1, eller sidste dag i måneden, men dette ville ikke give det mest realistiske billede af arkivernes brug af Facebook i deres hverdags praksis, hvilket er grundlaget, for at vi har valgt den halvårslige periode til dataindsamlingen.

Vi har gennemgået og kategoriseret samtlige opslag manuelt. Hertil kunne vi konstatere, at vi ved alle opslagene på arkivernes Facebook-sider, kunne indsætte opslagene under kategorierne, og dermed kan deres aktivitet og type af indhold også analyseres over en længere periode. Det er desuden nødvendigt at afgrænse undersøgelsens omfang, idet de udvalgte Facebook-sider indeholder meget store mængder data, hvor det ikke vil være muligt, at gennemgå alle opslag på deres sider fra starten af sidernes oprettelse til i dag, eftersom flere af Facebook-siderne har eksisteret i mere end ti år. Vi er dog opmærksomme på, at vores analyses resultater blot vil vise øjebliksbilleder af, hvordan Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv og Københavns Stadsarkiv anvender Facebook i en begrænset periode. Derfor kan vores afdækkede periode ikke afgøre, hvordan andre stadsarkiver, der har en Facebook-side, anvender mediet, men blot give et indblik i, hvordan vores udvalgte arkiver anvender Facebook.

8.3 Analysedelenes strukturer og fremgangsmåder

De følgende afsnit består af fem analysedele fordelt på henholdsvis Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv og København Stadsarkiv. De fem analysedele er struktureret på samme måde. Som basis for analyserne er der, som uddybet i metodeafsnittet, foretaget interviews med de ansvarlige arkivarer, der administrerer Facebook-siderne i de enkelte arkiver samt inddraget dataudtrækninger fra arkivernes

Facebook-sider. Analyserne af de fem arkiver er i fem separate afsnit, men afsnittenes opbygning er overordnet inddelt i to dele, om end begge dele er skrevet samlet.

Under hver af de fem arkiver vil den første del af analysen have basis i interviewene med arkivarerne. Tre fokuspunkter vil være styrende for analysen i denne del, om end der vil være forskellige underoverskrifter til punkterne, eftersom arkiverne er forskellige. Det første punkt er, hvordan medarbejderne anser arkivets funktion i kommunen og rolle i samfundet, da dette er vigtigt for, hvordan Facebook anvendes i praksis i arkivet. Denne sammenhæng er vigtig ud fra om arkivet er transparent og brugerorienteret, da forskningen bl.a. har påvist, at dette er vigtigt for, hvordan Facebook bruges i arkiverne. Det andet punkt er, hvordan motivationen for at skabe tiltag for nuværende brugere og tilføjelsen af nye brugere er med til at præge arkivets brug af Facebook. Arkivernes hensyn til deres brugere, har også betydning for synlighedsførelsen af arkivet i samfundet samt relationerne til brugerne og fremtidige brugere. Det tredje punkt omhandler arkivets strategi og systematisering af anvendelsen af Facebook. Vi har påvist gennem forskningen - bl.a. Hager, Lawrimore, Liew, King & Oliver - at det er vigtigt at arbejde efter en konkret strategi, for at bruge arkivets ressourcer optimalt. Dette punkt kommer til at lave en overgang til analysens anden del.

Anden del af analysen, som også er inddelt for hvert arkiv, vil fokusere på, ud fra vores dataudtrækninger, hvilken type indhold arkiverne lægger op på deres Facebook-sider. Dette vil som beskrevet blive præsenteret i diagrammer og det er dermed vores resultater af vores forarbejde af kategoriseringerne, der bliver præsenteret og sammenholdt med arkivernes strategiske overvejelser. Udover indholdstyperne vil vi også fokusere på de interaktioner, som opslagene i de forskellige kategoriseringer får, i form af antallet af *synes godt om*, *kommentarer* og *delinger*. Vores forskningsoversigt viste, bl.a. i undersøgelserne af Duff, Johnson & Cherry samt Liew, King & Oliver, at få arkiver anvender analyseprogrammer eller andre værktøjer i deres evaluering af succesen på Facebook. Derimod bliver der lagt stor vægt på, hvor mange *synes godt om*, *kommentarer* og *delinger* opslagene får. Som vi også har påvist i vores forskningsoversigt, slår forskningen bl.a. fast, at der både i en international sammenhæng og dansk kontekst mangler at blive undersøgt, hvilke indholdstyper arkiverne lægger op på Facebook, og hvordan opslagenes indholdstyper påvirker mængden af interaktioner, som opslagene får. Denne anden del af analysen skal derfor være med til at klarlægge, om der er en sammenhæng mellem opslagenes indhold og antallet af interaktioner



og om disse afspejler arkivernes strategiske overvejelser i deres brug af Facebook og vurderinger af om disse overvejelser er succesfulde.

Del IV

9. Bornholms Ø-arkiv

Arkivet blev oprettet i 2006 som et offentligt §7-arkiv for Bornholms kommune. I 2009 fusionerede Bornholms Ø-arkiv med Bornholms Lokalhistoriske Arkiv, så Ø-arkivet også kom til at varetage den lokalhistoriske opgave. Ø-arkivet består af, en arkivleder, tre arkivarer og to arkivassistenter. Ø-arkivet hører forvaltningsmæssigt under Center for Regional Udvikling, IT & Sekretariat, og dertil afdelingen, IT & Digitalisering, og arkivet indsamler fra i alt ti centre (forvaltninger).¹⁴⁵ I forbindelse med undersøgelsen af Bornholms Ø-arkiv har vi interviewet faglig koordinator og arkivleder Anette Eriksen, der er uddannet cand.mag. i historie fra Københavns Universitet. Som faglig koordinator og arkivleder for Bornholms Ø-arkiv er Eriksen både leder af arkivets daglige drift og dens medarbejdere, men har endvidere ansvaret for øens post-enhed og er systemansvarlig for ESDH-systemet i kommunen.¹⁴⁶ Eriksen har hovedansvaret for, hvordan arkivets udadvendte virksomhed skal komme til udtryk i kommunen, både fysisk og på Facebook, hvilket ligger til grund for netop interviewet med Eriksen.

9.1.1 Fokus fra indadvendt til udadvendt praksis

Vi vil i dette afsnit fastsætte Bornholms Ø-arkivs skiftende tilgang fra primært at være et myndighedsarkiv til også at blive en facilitator for den lokalhistoriske bevidsthed i kommunen. I forskningen bliver det fastslået, at arkivernes eksterne arbejde med udadvendt virksomhed bl.a. er med til at synliggøre et arkiv og skabe fællesskab i et lokalsamfund.

Idet Ø-arkivet som nævnt, var et rent internt myndighedsarkiv, vil dette sige, at Ø-arkivet kun varetog Bornholms Kommunes myndighedsarkivalier. Fusioneringen mellem Ø-arkivet og biblioteket betød således, at arkivet også blev et mere eksternt arkiv med en lokalhistorisk samling. Til trods for denne todelte arkivfunktion har arkivets hovedvægt været

¹⁴⁵ Bilag 3 - Interview 29. maj, 2020 med Anette Eriksen, "Bornholms Ø-arkiv", s. 13, l. 93-96.
Bornholms Kommune, *Organisationsplan for Bornholms Regionskommune pr. 1. juni 2020* (Bornholms Kommune 2020) s. 5.

¹⁴⁶ Bilag 3, s. 10-11, l. 17-37.

relateret indad på dets interne del, da kommunesammenlægningen på Bornholm krævede et stort arbejde fra arkivets side, hvilket Eriksen udtrykker således:

*"(...) jeg har siddet her i kommunen siden 2005, der blev jeg ansat til at rydde op efter sammenlægningskommunerne, og jeg blev faktisk ansat på et års ansættelse og så havde jeg vel styr på det, tænkte de, og nu sidder jeg her så på 16. år og arbejder stadigvæk med det."*¹⁴⁷

Ø-arkivet har derfor i mange år været påvirket af det store efterslæb som kommunesammenlægningen førte med sig, hvilket har betydet, at den lokalhistoriske del er blevet nedprioriteret. Eriksen understreger, at Ø-arkivets kerneopgaver indbefatter indsamling, formidling og sikring af kommunens arkivdannelse samt at facilitere og tilgængeliggøre.¹⁴⁸ Derfor kan det ud fra de fastlagte kerneopgaver fastsættes, at Bornholms Ø-arkiv er mere end blot et myndighedsarkiv. Arkivet er også en medskab af den lokalhistoriske bevidsthed i kommunen, hvilket Eriksen uddyber i interviewet:

*"Og så skiftede mit fokus lidt på, at vi også begyndte og komme udad, altså vi begyndte at fortælle, hvad det er, vi har på stedet, og det har jo både noget med at gøre, at samfundet som sådan skal vide, at vi er der, og at der er en værdi i det (...)"*¹⁴⁹

Det understreger, at Ø-arkivets mission er at opnå disse mål i form af synlighed i kommunen for alle målgrupper, så borgerne ved, hvad arkivet står for, og hvad arkivet har i dets samlinger, og ikke kun for en udvalgt gruppe såsom slægtsforskere, selvom de er en kernegruppe generelt for arkivfeltet.¹⁵⁰ Endvidere ønsker Ø-arkivet at tilføje metadata til arkivalierne på et genstandsniveau, der bl.a. er med til at vise, at arkivet er brugerorienteret internt, men i særdeleshed også eksternt, da det yderligere data kan lette arbejdsgangen i kommunen ud fra et bedre søgegrundlag.¹⁵¹

¹⁴⁷ Bilag 3, s. 11-12, l. 51-54.

¹⁴⁸ *Ibid.*, s. 12, l. 73-76.

¹⁴⁹ *Ibid.*, s. 12, l. 61-63.

¹⁵⁰ *Ibid.*, s. 17-18, l. 213-215.

¹⁵¹ *Ibid.*, s. 21-22, l. 323-325.

I forbindelse med Ø-arkivets tilgang til formidling fastholder Eriksen, at denne er varierende, og at det er op til medarbejderne selv at vælge, hvilke emner de f.eks. vil skrive artikler om:

“Så det er jo mest ud fra, hvad medarbejderne selv synes, at nu støder de på nogle arkivalier, som de godt kunne tænke sig at skrive artikler om f.eks. eller sådan nogle ting, også holder jeg foredrag. Så ser vi rigtig meget den her Bornholmske Billeder og de andre databaser vi har, som en formidling af vores viden og vores samlinger (...)”¹⁵²

Ø-arkivet bruger dermed formidling som en sporadisk del af deres praksis og ud fra bl.a. arkivarernes egne interesser. Til trods for, at Ø-arkivet ikke har haft et konkret fokus på formidling førhen, har de dog været effektive i at gøre det til en aktiv del af deres arkivpraksis i dag.¹⁵³ I og med at Ø-arkivet har effektiviseret deres fokus mere eksternt, har dette dermed også betydet at fokuset er landet på flere eksterne brugergrupper end tidligere.

9.1.2 Arkivets brugere og ønsket om en større diversitet blandt dem

Ø-arkivets fokus på at synliggøre sig i samfundet og blive et mere udadvendt arkiv hænger også sammen med deres brugersegment. Arkivet har et bredt brugersegment, men ønsker, at der skabes en større diversitet, og i den forbindelse er Facebook et vigtigt redskab. Eriksen påpeger, at store dele af arkivets brugere kommer “udefra”, og hun fremhæver, at der kommer adskillige udenlandske interesserede: *“Vi har meget kontakt i USA faktisk, det skyldes jo at næsten 25 % af den bornholmske befolkning udvandrede i perioden mellem 1860 og 1940, og så primært til USA.”¹⁵⁴* De fleste af deres brugere har dog det samme formål nemlig at udøve slægtsforskning, og på denne måde er arkivets brugersegmenter præget af formålet, der generelt opfattes som en del af kernebrugerne for arkiverne, nemlig slægtsforskere. Arkivet ønsker, at der kommer en større diversitet i brugersegmenterne både ift. alder og formål med arkivbesøgende, hvilket skyldes, at arkivet vil udbrede kendskabet til dets samlinger og sørge for, at flere af samlingerne fra magasinerne anvendes.¹⁵⁵ Alligevel understreges det, at det er vigtigt med de udenlandske slægtsforskere. Arkivet yder en stor indsats for at servicere dem, hvilket også betyder, at arkivet kanaliserer mange ressourcer i at

¹⁵² Bilag 3., s. 17, l. 194-197.

¹⁵³ *Ibid.*, s. 12, l. 67-68.

¹⁵⁴ *Ibid.*, s. 18, l. 235-236.

¹⁵⁵ *Ibid.*, s. 17, l. 210-211.

målrette visse tiltag til både de lokale og de udenlandske slægtsforskere. Nogle af disse tiltag er f.eks. hjemmesiderne bornholmer.dk og bornholmskeudvandrere.dk, der er lavet for at imødekomme slægtsforskere, men alligevel er hjemmesiderne også blevet en del af arkivets generelle tilgængeliggørelsesarbejde.¹⁵⁶

Arkivet vil gerne tiltrække flere unge brugere og vise, hvad arkivet kan tilbyde, samt gøre op med fordommen om *"(...) arkivet som en eller anden støvet ting nede i kælderen, som er lidt halvkedelig og ikke er relevant i ens liv."*¹⁵⁷ Dette er en vigtig motivation for, at arkivet er aktivt på Facebook, da mediet fremhæves som et vigtigt redskab for arkivet til at få flere yngre brugere tilknyttet, men også generelt udvide brugergrupperne. Dette forsøger arkivet at gøre ved at være synlige på Facebook i form af en udadvendt virksomhed:

*"(...) mange af dem som følger os på Facebook f.eks. er også dem som vi kender fra arkivet, men der er sørme også andre. Der er væsentlig flere følgere på Facebook og Instagram end dem der normalvis dukker op på arkivet (...)"*¹⁵⁸

Dette understreger, at arkivet lykkes med at ramme flere brugere via Facebook og på den måde vise og informere flere personer om, hvad Ø-arkivets funktion er, og hvad magasinerne til dels indeholder. Der er dog ikke lavet egentlige brugerundersøgelser, der angiver, om antallet af brugere fysisk på arkivet er steget som et resultat af større aktivitet på Facebook. Til gengæld påpeger Eriksen, at antallet af brugere er blevet forhøjet på arkivets andre databaser, som f.eks. Bornholmske Billeder, hvilket hun mener bl.a. skyldes arkivets aktivitet på Facebook.¹⁵⁹

Denne aktivitet på Facebook skal altså bl.a. være med til at tiltrække flere brugere og især yngre til arkivet og bl.a. sørge for at diversiteten i brugersegmenterne bliver større, så det ikke bliver præget af slægtsforskere i lige så høj grad som på nuværende tidspunkt.

¹⁵⁶ Bilag 3, s. 19. l. 254-255.

¹⁵⁷ *Ibid.*, s. 25, l. 410-411.

¹⁵⁸ *Ibid.*, s. 25, l. 406-409.

¹⁵⁹ *Ibid.*, s. 25, l. 416.

9.1.3 Arkivets strategi for brugen af Facebook

Bornholms Ø-arkivs Facebook-side har 1616 synes godt om og 1665 følgere.¹⁶⁰ Tiltagene og aktiviteterne, der sker på siden, er ikke udført efter en konkret strategi. Derimod sker tiltagene mere sporadisk og ifm., om der sker bestemte begivenheder i samfundet, hvor arkivet kan bidrage med viden til debatter etc.:

“Men ellers så er det sådan meget lidt ad hoc, altså hvad medarbejderne falder over og synes kunne være sjovt at lægge op, eller hvis der foregår noget, som vi synes er passende, at vi kommenterer på i lokalsamfundet, eller vi kan lægge en eller anden pendant op til noget der foregår. Men der er ikke udarbejdet nogen konkret strategi på, hvordan at vi anvender det.”¹⁶¹

Eriksen påtalte selv, at en af målene med at være på Facebook var at “indfange” nye brugere, og derfor kan denne manglende strategi og systematisering af aktiviteterne på Facebook gøre det udfordrende at opnå denne målsætning.¹⁶² Selvom det er vigtigt at have en strategi for at være i stand til at arbejde efter konkrete målsætninger og samtidig evaluere og vurdere sine resultater, så har Ø-arkivet ikke en sådan strategi. Eriksen fastslog dog selv i interviewet, at det var vigtigt for arkivet at blive mere udadvendt, og at Facebook indgår som en del af dette. Arkivet laver dog en række kampagner på deres Facebook-side, der er tematisk afgrænset, og som kører i længere perioder ad gangen med relevans for nogle historiske begivenheder eller perioder. Dette gælder f.eks. historier fra Bornholm under 2. Verdenskrig, hvor arkivet lægger opslag op hver dag under disse kampagner.¹⁶³ Det er altså i særlig grad kampagnerne og de enkelte arkivarer, der er styrende for de aktiviteter, som Ø-arkivet laver. Kampagnerne er dog ikke en egentlig strategi, om end de er med til at skabe en vis systematik i tiltagene på arkivets Facebook-side. Mange af Ø-arkivets opslag på Facebook-siden indeholder ligeledes henvisninger direkte til arkivets databaser som f.eks. Bornholmske Billeder.

Samtidig understreger Eriksen, at Facebook-siden ikke bliver anvendt til at vejlede folk eller besvare egentlige forespørgsler. Derimod henviser arkivet i stedet til, at brugerne kan henvende sig via mail eller møde personligt op på arkivet.¹⁶⁴

¹⁶⁰ “Bornholms Ø-arkiv,” konsulteret 16. juni 2020, <https://www.facebook.com/bornholmsoearkiv>

¹⁶¹ Bilag 3, s. 22, l. 333-337.

¹⁶² *Ibid.*, s. 25, l. 413-414.

¹⁶³ *Ibid.*, s. 22, l. 336-339.

¹⁶⁴ *Ibid.*, s. 27, l. 469-471.

Arkivet arbejder således ikke efter en overordnet formidlingsstrategi: *"(...) vi har aldrig sat os ned og lavet en egentlig formidlingsstrategi, det kunne være man skulle gøre det, men det har vi faktisk aldrig gjort."*¹⁶⁵ Alligevel er der et ønske om fra arkivets side at *"(...) blive meget mere synlig i lokalsamfundet, altså blive brugt meget mere."*¹⁶⁶ Selvom Ø-arkivet ikke umiddelbart arbejder efter en konkret strategi for anvendelse af Facebook, så tyder det på, at arkivets anvendelse af Facebook til en vis grad er struktureret og har lagt særlig vægt på at formidle og bringe arkivaliernes indhold i fokus, om end denne struktur ikke er baseret på arkiv- eller formidlingsteori. Ø-arkivet har klare strategiske målsætninger, hvor arkivet vil indfange flere brugere på Facebook og samtidig øge den historiske bevidsthed blandt kommunens borgere.¹⁶⁷ Eriksen indikerer dog en række metodiske værktøjer, som arkivet arbejder med på Facebook-siden, bl.a. at de fleste af opslagene har fokus på at formidle, og at de indgår i og er styret af forskellige kampagner.¹⁶⁸

9.2.1 Vores kategoriseringer af opslagene på Facebook-siden

Vi har kategoriseret indholdet i de opslag, som Ø-arkivet har på dets Facebook-side, fra november 2019 til april 2020. Dette er med til at klarlægge, hvilken type indhold arkivet lægger op og om dette indhold stemmer overens med arkivets angivne målsætninger. Desuden danner det basis for at undersøge, om der er en sammenhæng mellem antallet af interaktioner og opslagenes indholdstyper. Dette afsnit kommer derfor til at fokusere på vores kategoriseringer af opslagene, og hvordan disse kommer til udtryk på arkivets Facebook-side, samt hvordan mængden af kategoriseringerne fordeler sig.

I perioden har arkivet samlet lagt 65 opslag op på Facebook-siden, der er fordelt på i forskellige mængder for månederne, hvilket bilag 4 viser.¹⁶⁹ Det tydeligt, at der er flest formidlings opslag, i særlig grad når arkivet laver kampagner som f.eks. dets julekalender i december, hvor der lægges et opslag op hver dag, hvor et eller flere arkivalier og deres indhold

¹⁶⁵ Bilag 3, s. 17, l. 193-194.

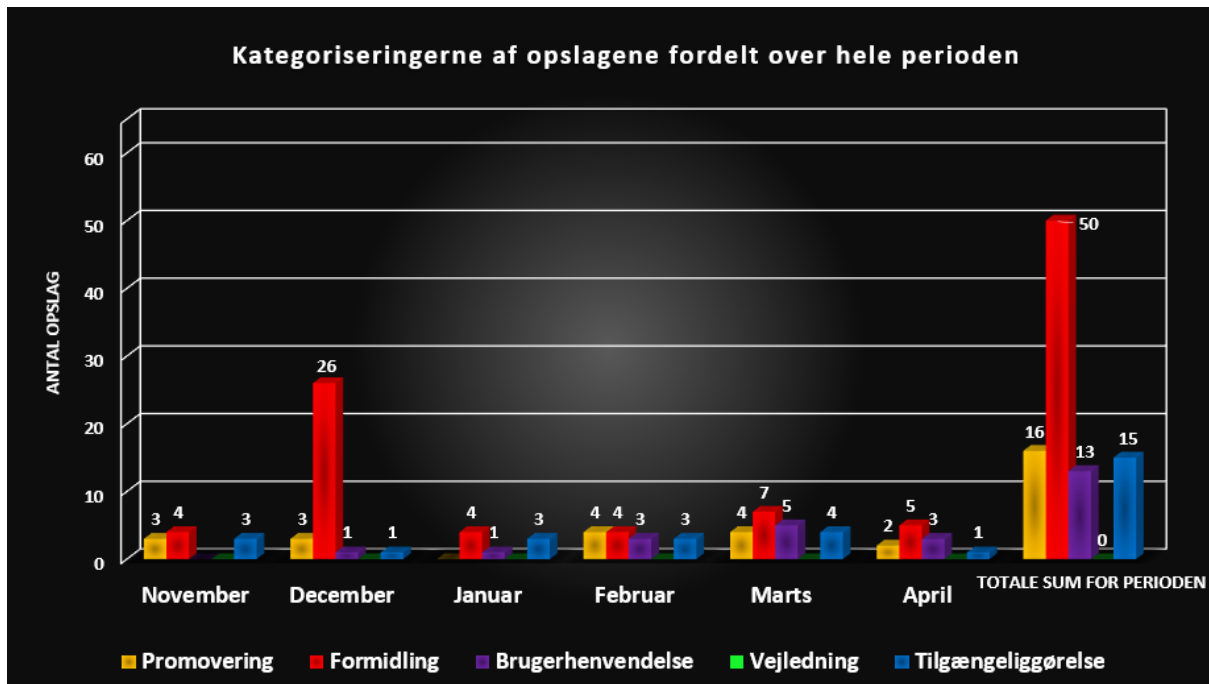
¹⁶⁶ *Ibid.*, s. 17, l. 203-204.

¹⁶⁷ *Ibid.*, s. 23-24, l. 376-379.

¹⁶⁸ *Ibid.*, s. 22-23.

¹⁶⁹ Bilag 4 – Kategorisering af indholdet på Bornholms Ø-arkivs Facebook-side, foretaget d. 3-4 maj 2020, s. 30-34.

er i fokus.¹⁷⁰ I nedenstående diagram bliver fordelingen over vores kategoriseringer, af samtlige opslag som Ø-arkivet har lagt op på deres Facebook-side i perioden vist.



Figur 1.

Selvom Ø-arkivet ikke har en konkret strategi for sin anvendelse af Facebook, så har arkivet alligevel fokus på og målsætninger for, hvad opslagenes indhold skal kunne bidrage med, bl.a.: “(...) at skabe en historisk bevidsthed om noget, det forsøgte vi bl.a. med befrielsen og bombardementet.”¹⁷¹ For at opnå dette bruger arkivet et bredt udvalg af sine arkivalier og viser på denne måde, hvad arkivet bl.a. indeholder. Desuden er en række af opslagene også med til “(...) at gøre opmærksom på, at nu er der faktisk nogle arkivalier som bliver frigivet, som ikke har været frigivet før (...)”¹⁷² Dette viser også, at Ø-arkivet fokuserer dele af en udadvendt virksomhed på dets Facebook-side eftersom formidlingen af arkivaliernes indhold bliver prioriteret højt, hvilket også er tydeligt ud fra antallet af formidlings opslag ud fra vores kategoriseringer.¹⁷³

Opslagenes indhold skal altså tilsammen indfri ovenstående målsætninger for arkivet. I forhold til selve kategoriseringerne af opslagenes indhold har de fleste af formidlings

¹⁷⁰ Bilag 4, s. 30-31.

¹⁷¹ Bilag 3, s. 23, l. 374.

¹⁷² *Ibid.*, s. 24, l. 386-388.

¹⁷³ Bilag 4, s. 30-34.

opslagene fokus på et eller flere fotos, hvor der er lavet en beskrivelse ud fra deres indhold.¹⁷⁴ Som nævnt arbejder arkivet ikke efter en konkret strategi, men arkivet forsøger at opnå sine målsætninger gennem forskellige kampagner, og i den periode, som vi har afdækket har der været tre synlige kampagner på Facebook-siden: månedens arkivalier, julekalenderen og dokumentation af COVID-19 situationen på Bornholm. Det er særligt kampagnerne som f.eks. julekalenderen, hvor der præsenteres arkivalier og deres indhold hver dag i december, der trækker antallet af formidlings opslagene op.¹⁷⁵

Samtidig er det tydeligt, at Ø-arkivet skaber en sammenhæng i opslagene ud fra deres fokus på, at Facebook opslagene skal give brugerne en historisk forståelse. Mange af formidlingsopslagene indeholder også dele af tilgængeliggørelse, hvor arkivet henviser til sine databaser, hvor brugerne kan finde flere informationer om arkivsamlingerne og hvor andre digitale samlinger også er tilgængelige.¹⁷⁶

Derudover indeholder flere opslag også henvendelse til brugerne om at bidrage med informationer, der kan skabe bedre registreringer i f.eks. beskrivelserne af fotoerne.¹⁷⁷

Ud af arkivets 65 opslag i den afdækkede periode indgår 38 af opslagene under forskellige kampagner, men det betyder også, at der er 27 opslag, der ikke umiddelbart hører under en kampagne.¹⁷⁸ Ud fra kategoriseringerne falder en del af disse opslag, der ikke indgår under egentlige kampagner, ofte under promoveringskategoriseringen. Adskillige af promoveringsopslagene viser en række indblik i selve arkivinstitutionen i form af "bag scenen" historier og ABM-samarbejde med andre institutioner på Bornholm.¹⁷⁹

Som Eriksen påpeger, anvender Ø-arkivet ikke Facebook-siden til at vejlede brugerne, hvilket særligt skyldes GDPR-reglerne. I den afdækkede periode fandt vi heller ikke nogen opslag som vi kunne kategorisere som værende vejledning ud fra vores metodiske skema. Arkivet laver dog en manuel gennemgang af opslagene for at undersøge, om der er nogen forespørgsler til arkivet, hvorfra arkivet opfordrer brugerne til at skrive til dem via mail:

¹⁷⁴ Bilag 4, s. 30-34.

¹⁷⁵ *Ibid.*, s. 30-31.

¹⁷⁶ *Ibid.*, s. 30-34.

¹⁷⁷ *Ibid.*, s. 33.

¹⁷⁸ *Ibid.*, s. 30-34.

¹⁷⁹ *Ibid.*, s. 30-34.

“Man kan jo ikke skrive til os direkte på det her, altså af rent GDPR-årsager har vi fået ordre på, at vi ikke må kommunikere via Facebook (...)”¹⁸⁰ I interviewet fastslår Eriksen også, at det ikke er, fordi arkivet ikke vil vejlede brugerne fra Facebook-siden, men fordi de ikke må gøre det.¹⁸¹

Opslagene er således primært formidlingsopslag, da fokuset fra arkivets side også er at udbrede den historiske bevidsthed hos lokalbefolkningen. Der er dog flere sammenhænge mellem f.eks. tilgængeliggørelse og formidlingsopslag, da brugerne bliver henvist til databaserne. Derudover er der også adskillige promoveringsopslag, som både fremhæver arkivets begivenheder, samt hvordan Ø-arkivet fungerer “bag scenen”, og hvad arkivarerne egentlig laver.

9.2.2 Ø-arkivets evaluering og vurdering af succes ud fra interaktionerne

I ovenstående afsnit er det påvist, hvilken type indhold, der er på arkivets Facebook-side ud fra vores kategoriseringer, hvilke rammer opslagene er skabt under, og hvilke målsætninger arkivet har med sine opslag. I forlængelse heraf er det også vigtigt, hvordan arkivet evaluerer og vurderer succes af sine tiltag, samt i den forbindelse hvor mange interaktioner opslagene får, og hvilken systematik der kan vises ud fra disse.

Arkivet evaluerer internt, hvilke forskellige tiltag på Facebook-siden, der fungerer og hvordan reaktionerne på de forskellige opslag er. Derudover fokuserer arkivet på, hvor mange interaktioner kampagnerne skaber fra brugernes side.¹⁸² Ø-arkivet er opmærksom på, at Facebook tilbyder funktionen ‘indblik’, der giver oplysninger om ens Facebook-sides resultater, såsom demografiske oplysninger om ens målgruppe, og hvordan folk interagerer med opslagene. Alligevel er det kun sporadisk, at arkivet anvender dette redskab til at evaluere på sin aktivitet.¹⁸³ Dette er til trods for, at ‘indblik’-funktionen kan give arkivet nogle pejlinger på, hvilke opslag der fungerer, og hvilken rækkevidde de har.

¹⁸⁰ Bilag 3, s. 27, l. 460-462.

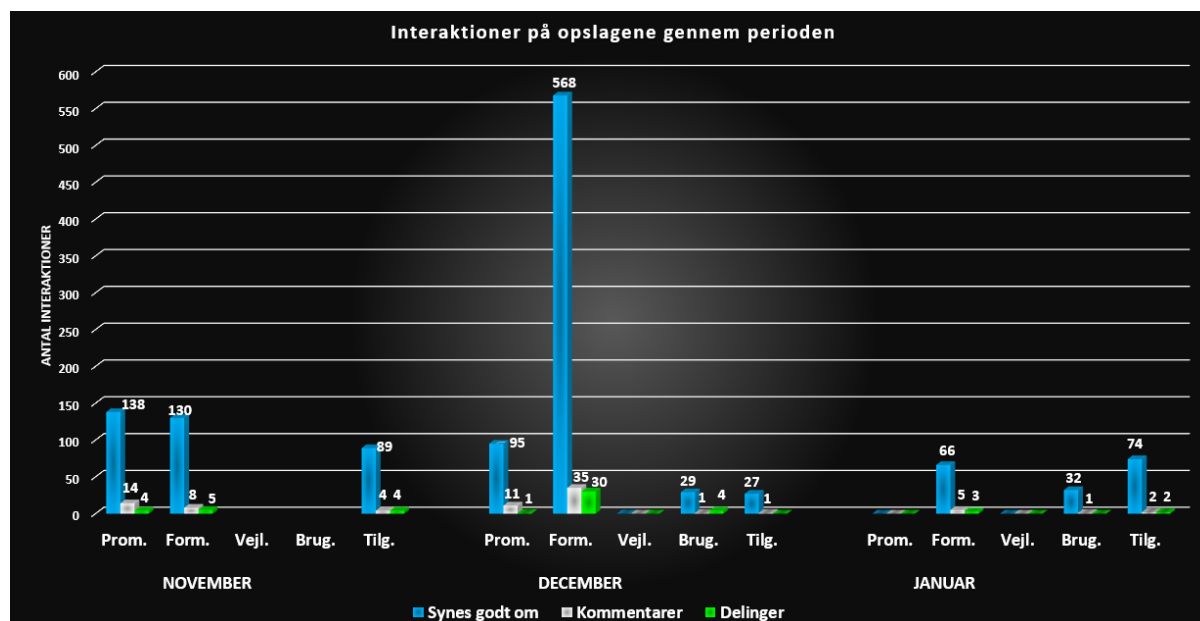
¹⁸¹ *Ibid.*, s. 27, l. 475.

¹⁸² *Ibid.*, s. 27, l. 453-454.

¹⁸³ *Ibid.*, s. 27, l. 456-458.

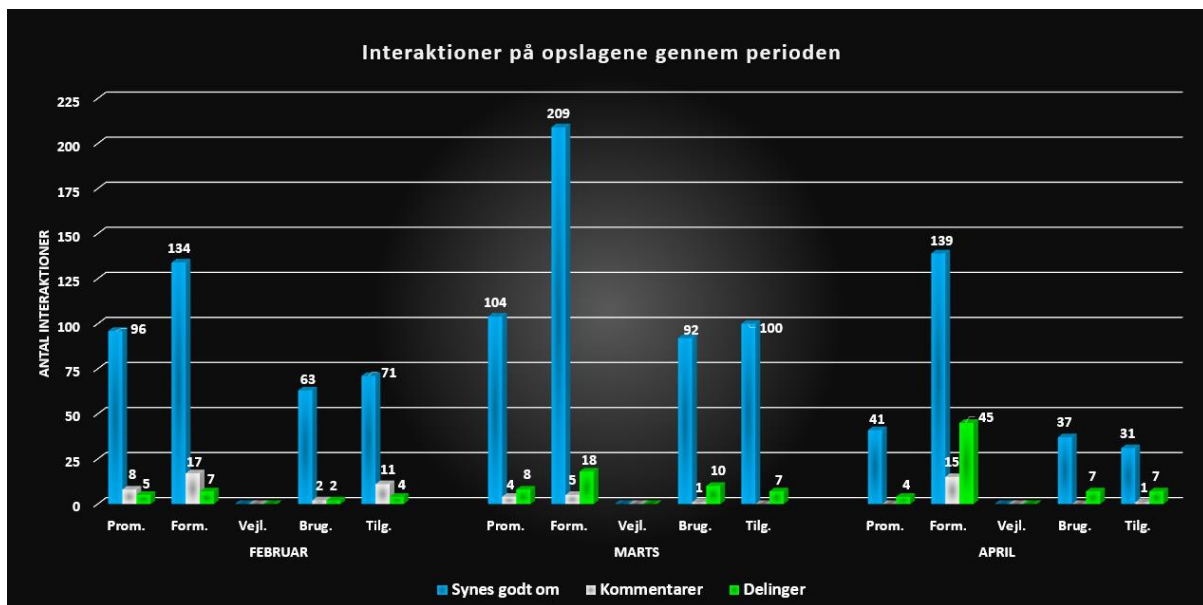
‘Indblik’-funktionen kan altså levere data til arkivet, som automatisk bliver udtrukket fra opslagene og aktiviteten omkring dem, og derfor er det en oplagt funktion at bruge. Dette gør sig særligt gældende for Ø-arkivet, fordi arkivet bl.a. vurderer succesen af opslagene på *synes godt om* og *kommentarer* fra brugerne: “Så der har vi jo dels kigget på, hvor mange likes det fik, og måske også lidt på hvor mange kommentarer, hvad der skete i kommentarfeltet.”¹⁸⁴ I stedet gennemgår medarbejderne fra arkivet ofte opslagene manuelt og undersøger derigennem, hvor mange *synes godt om* og *kommentarer* opslagene har fået, samt nogle demografiske aspekter ved de brugere, der har været aktive omkring opslaget. Dette kan dog udtrækkes hurtigere under ‘indblik’-funktionen og blive præsenteret på forskellige måder, bl.a. i grafer eller som et Excel ark. Således kan arkivet spare ressourcer, hvis arkivarerne ikke skal gennemgå hvert opslag manuelt.

I forhold til hvordan antallet af interaktioner fordeler sig på de forskellige kategoriseringer, vil vi klarlægge, om der er sammenhænge mellem disse og antallene af kategoriseringer af opslagene. I perioden fra november 2019 til april 2020, har alle Ø-arkivets opslag samlet fået 2287 *synes godt om*, 135 *kommentarer* og 156 *delinger*. Hvordan disse tal fordeler sig over de forskellige kategoriseringer, er vist i de næste to diagrammer, der hver dækker tre måneder.



Figur 2.

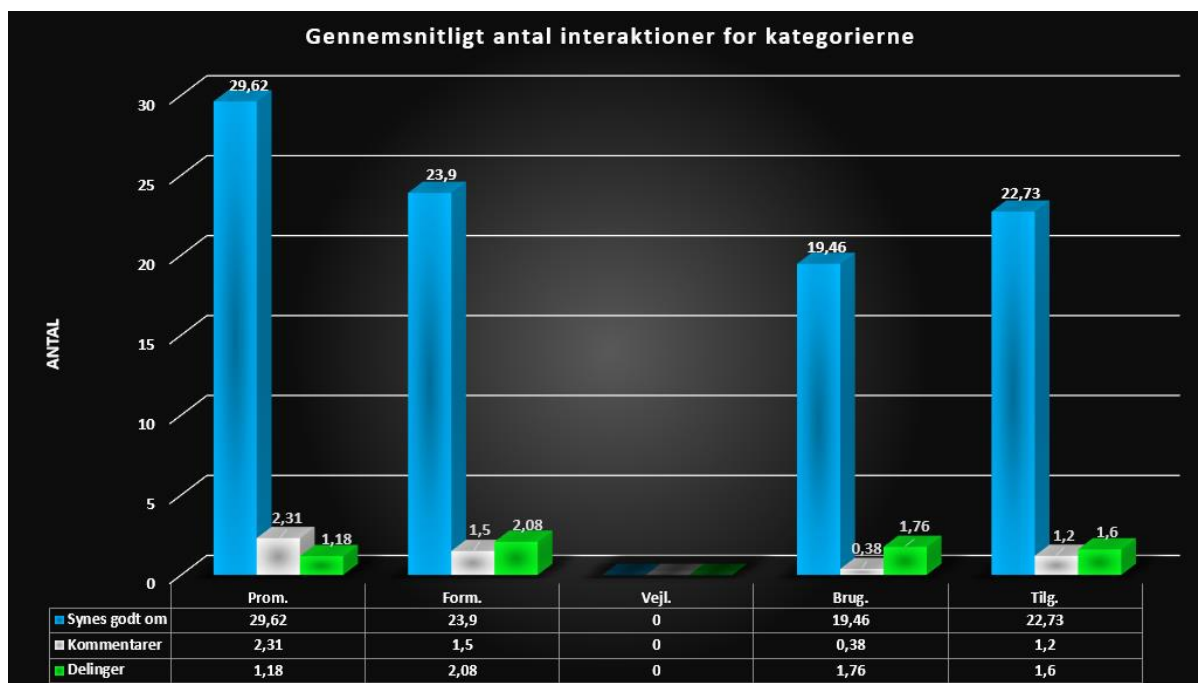
¹⁸⁴ Bilag 3, s. 27, l. 458-460.



Figur 3.

Ud fra vores kategoriseringer fandt vi, som nævnt, frem til, at der er flest formidlingsopslag, og det er også disse opslag, der genererer flest interaktioner fra brugerne i form af *synes godt om*, *kommentarer* og *delinger*. Arkivet vurderer som beskrevet opslagernes succes ud fra antallet af interaktioner som opslagene får, og på denne måde fremstår formidlingsopslagene også som de mest succesfulde for arkivet. Eriksen påpeger desuden, at arkivet forsøger at lave opslag med historisk indhold, som er med til at øge den historiske forståelse, hvilket de fleste af arkivets formidlingsopslag også gør, eftersom de fleste formidlingsopslag tager udgangspunkt i arkivalier og deres indhold.¹⁸⁵ Det skal dog understreges, at der er mere end dobbelt så mange formidlingsopslag ift. de andre kategoriseringer, og derfor vil antallet af interaktioner også naturligt være højere. Nedenstående diagram viser, hvordan antallet af interaktioner i gennemsnit fordelte sig over kategoriseringerne for alle opslag i perioden.

¹⁸⁵ Bilag 4, s. 30-34.



Figur 4.

Om end der er langt færre opslag inden for vores kategoriseringer af promovering, brugerhenvendelse og tilgængeliggørelse, så har disse tre kategorier i gennemsnit fået mange interaktioner, især promoveringsopslagene, der ifm. *synes godt om* og *kommentarer* har et højere gennemsnit end formidlings-opslagene. Dette viser også, at arkivet i gennemsnit modtager mange interaktioner, når det lægger promoveringsopslag ud på Facebook-siden. De fleste promoveringsopslag viser som nævnt "bag scenen" i Ø-arkivet, og denne type opslag er derfor også ud fra antallet af interaktioner succesfuld.¹⁸⁶ Til gengæld indikerer tallene, at arkivet ikke lykkes med at få et højt antal *kommentarer* ifm. brugerhenvendelses-opslagene, selvom alle opslagene under denne kategorisering indeholder direkte henvendelser til brugerne om hjælp til f.eks. at identificere indhold i forskellige arkivalier.¹⁸⁷ Det gennemsnitlige antal *delinger* af brugerhenvendelses-opslagene er dog højt, og Eriksen påpeger følgende i interviewet:

*"(...) vi har gjort det her i forbindelse med Corona, fordi vi har prøvet at køre lidt indsamling, altså forsøge at få folk til at aflevere nogle ting, og der har vi opfordret til, at man gerne må dele vores opslag, ellers er det ikke noget, vi bevidst går efter."*¹⁸⁸

¹⁸⁶ Bilag 4, s. 30-34.

¹⁸⁷ Bilag 3, s. 10-13.

¹⁸⁸ *Ibid.*, s. 26, l. 426-428.

Dele-funktionen på opslagene er altså aktiveret, og det resulterer i, at brugerne kan dele opslagene på deres egen *profilvæg*, men også i forbindelse med andre grupper og sider. Det er alligevel ikke noget, som arkivet bevidst opfordrer brugerne til, selvom det er en gratis måde at promovere opslagernes indhold og ens Facebook-side på. Det er altså kun under nogle kampagner, at arkivet har opfordret folk til at dele opslagene.

Ø-arkivet kan se et vist potentiale i at bruge Facebook ifm. en udadvendt virksomhed og Eriksen understreger følgende: *"(...) det gør, at vi måske skal overveje at bruge det mere, end vi har gjort, og mere bevidst end vi har gjort det. (...) Ja, altså at den kan bruges meget mere formidlingsmæssigt og kommunikationsmæssigt, end vi har gjort tidligere."*¹⁸⁹ Arkivet har under COVID-19 situationen været mere aktiv på Facebook end tidligere, og den forøgede aktivitet har bl.a. resulteret i, at platformens anvendelse til bl.a. formidling er blevet tydeliggjort i højere grad. Dette har fået medarbejderne til at overveje, om der skal bruges flere ressourcer på arkivets Facebook-side i fremtiden, og om arkivet bør systematisere sin anvendelse af Facebook, så der er konkrete mål at arbejde frem imod.¹⁹⁰

9.3 Sammenfatning af Ø-arkivet

Bornholms Ø-arkivs anvendelse af Facebook er motiveret af, at arkivet vil være mere synligt i samfundet, og gøre op med tidligere fordomme om, at arkiver er lukkede og støvede institutioner, der kun er brugbare for forskere og studerende. Samtidig har arkivet fastlagt nogle strategiske målsætninger, bl.a. at øge den historiske bevidsthed blandt kommunens borgere og tiltrække flere brugere og gerne yngre brugere til arkivet. Ø-arkivets anvendelse af Facebook er styret af forskellige kampagner, hvorigennem det forsøger at indfri målsætningerne. Dette kunne vi også fastsætte ud fra vores kategoriseringer af arkivets opslag i perioden, hvor arkivet lægger flest formidlingsopslag op på sin Facebook-side, og disse bidrager med at øge den historiske bevidsthed. Det er også disse opslag, der skaber flest interaktioner, om end Ø-arkivets opslag fordelt på alle kategorier skaber et højt antal gennemsnitlige interaktioner.

¹⁸⁹ Bilag 3, s. 29, l. 519-523.

¹⁹⁰ *Ibid.*, s. 29, l. 519-520.

10. Odense Stadsarkiv

Odense Stadsarkiv har eksisteret siden 1. januar 1991 og er et offentligt arkiv i henhold til arkivlovens §7. Arkivet er administrativt placeret under Borgmesterforvaltningen og indsamler, registrerer og bevarer kommunale arkivalier fra Odense Kommune, der administrativt er inddelt i fem forvaltninger.¹⁹¹ Arkivet vejleder kommunens forvaltninger om reglerne for bevaring og kassation af arkivalier, og arkivet er også et lokalhistorisk arkiv for Odense by og indsamler arkivalier om byen og dens borgere, foreninger, virksomheder og institutioner.¹⁹² Arkivet er sammen med Odense lokalhistorisk bibliotek samlet i Historiens Hus Odense. Vores undersøgelse fokuserer udelukkende på stadsarkivet, der er en del af Historiens Hus, og det er også arkivet, der administrerer Historiens Hus Odenses hjemmeside og Facebook-side. Derfor vil vi i analysen referere til Odense Stadsarkiv og ikke til Historiens Hus.¹⁹³ Stadsarkivets personale består af en stadsarkivar, tre arkivarer, to it-arkivarer, tre studentermedhjælpere, en flexjobber, en seniorjobber og en projektansat.¹⁹⁴

10.1.1 Arkivets aktive og synlige formidlingsprofil

Stadsarkivar Johnny Wøllekær står for arkivets daglige ledelse, og hans ansvarsområde er bl.a. at sørge for, at arkivet opfylder dets kerneopgaver i henhold til arkivloven.¹⁹⁵ Derudover er han også ansvarlig for en stor del af planlægningen og tilrettelæggelsen af arkivets fysiske og digitale formidlingspraksis.¹⁹⁶ Arkivet har også IT-arkivar Timm Frank i dets stab, der bl.a. sørger for den digitale arkivering af kommunens arkivalier, men derudover er han også med til at lave arkivets digitale formidlingstiltag.¹⁹⁷ Wøllekær og Frank er derfor relevante at inddrage i analysen af arkivet ift. at klarlægge dets udadvendte virksomhed og tilgang til og anvendelse af Facebook. Stadsarkivet anser netop formidlingsdelen som værende en afgørende opgave, som arkivet skal påtage sig: *"(...) vi ser selvfølgelig os selv som et arkiv, der*

¹⁹¹ "Forvaltninger," konsulteret 14. juli 2020,

<https://www.odense.dk/om-kommunen/forvaltninger>

¹⁹² "Om Historiens Hus," konsulteret 14. juli 2020,

<https://www.historienshus.dk/om-historiens-hus/hvad-er-hh>

¹⁹³ "Om Historiens Hus."

¹⁹⁴ "Historiens Hus Odense," konsulteret 14. juli 2020,

<https://www.facebook.com/historienshus/>

¹⁹⁵ Bilag 6 - Interview 27. maj 2020 med Johnny Wøllekær & Timm Frank, "Odense Stadsarkiv", s. 41, l. 39-41.

¹⁹⁶ *Ibid.*, s. 41, l. 39-54.

¹⁹⁷ *Ibid.*, s. 40, l. 10-14.

*skal indsamle, både kommunale og privat materiale fra den gamle købstad, men vi ser altså også os selv som en aktiv spiller i formidling af byens historie (...)*¹⁹⁸ Wøllekær understreger desuden, at formidlingen er med til at synliggøre stadsarkivet i kommunen:

*“Vi bruger relativt meget energi på det, det er jo ikke sådan at kommunen betaler for at vi skal lave [...] det vi får vores løn for, det er jo dybest set at vi skal bevare kommunens arkivalier, både de fysiske og digitale, men vi har også brugt meget energi på at skabe og trække projekter til huset, så vi kan have en aktiv formidlingsprofil.”*¹⁹⁹

Udover formidlingen af både arkivets rolle og arkivaliernes indhold, fokuserer arkivet på at oplyse borgerne og dermed potentielle samt nuværende brugere om, hvordan samlingerne kan tilgås ift. deres tilgængelighed og intellektuelle opbygning, hvor der på f.eks. Fynske billeder ligger omfattende vejledningsguider, om end der fra arkivets side er et ønske om at prioritere den digitale vejledning i højere grad.²⁰⁰ Wøllekær påpeger i interviewet, at arkivet er opmærksom på, at store dele af deres arkivs praksis skal fokuseres på digitale platforme: *“(...) antallet af brugere på den fysiske er svagt vigende [...] og derfor må vi jo flytte os derhen, hvor folk så er og det har jo så vist sig i højere grad, at vi skal ud på Arkiv.dk og lignende (...)”*²⁰¹ Desuden understreger Frank også, at *“Vi kan jo se, at over 80% af vores brugere kommer ind via en Google-søgning.”*²⁰² Dette betyder dog ikke, at arkivet ikke har en fysisk læsesal, hvor brugere kan henvende sig, men arkivarerne er opmærksomme på, at arkivet er nødt til at prioritere flere digitale platforme, f.eks. Facebook, Fynske billeder etc., for at kunne nå ud til så mange brugere som muligt.²⁰³

Stadsarkivets digitale platforme understøtter således hinanden, og Frank påpeger, at dette kan aflæses i deres dataudtrækning i forbindelse med analyseprogrammet *Google Analytics*: *“(...) vi kan jo også se på vores andre platforme, at når vi fortæller om de ydelser vi har eller de muligheder, der er eller ting man kan se på Arkiv.dk eller Fynske billeder eller Om Odense, så kan vi jo se når vi kigger ind i hjemmesidens statistik, der har vi spikes hver gang.”*²⁰⁴

¹⁹⁸ Bilag 6, s. 42, l. 60-62.

¹⁹⁹ *Ibid.*, s. 41, l. 42-46.

²⁰⁰ *Ibid.*, s. 45-46, l. 147-166.

²⁰¹ *Ibid.*, s. 44, l. 124-126.

²⁰² *Ibid.*, s. 45, l. 137.

²⁰³ *Ibid.*, s. 44-46.

²⁰⁴ *Ibid.*, s. 56, l. 460-463.

Arkivet laver mange formidlingstiltag, og Frank fremhæver bl.a., at arkivet har haft succes med at livestream via Facebook.²⁰⁵ I den forbindelse havde over 1300 mennesker klikket sig ind for at se streamingen, og som Wøllekær påpeger, så er det en helt anden måde at nå ud til brugerne på, ift. hvis han holder foredrag, hvor der maksimalt kan være 110 personer i arkivets sal.²⁰⁶ På grund af potentialerne i den digitale formidling og nye tiltag som f.eks. livestreaming, så påpeger Wøllekær også, at arkivet eksperimenterer med mange tiltag for at finde frem til dem, der virker bedst: *"(...) formidling den bliver jo stadig mere mangestrenget hos os."*²⁰⁷ Dette har bl.a. resulteret i, at arkivet er begyndt at lave podcast, som det bl.a. lægger ud via sin Facebook-side.

Formidlingen er med til at understøtte arkivets digitale platforme, hvor øget aktivitet på f.eks. Facebook, resulterer i, at flere brugere kommer ind i arkivets databaser, f.eks. Fynske billeder. Den udadvendte virksomhed i arkivet er dermed med til at synliggøre arkivet og dets samlinger, både i form af hvordan samlingerne kan bruges og hvad de indeholder, samt hvor de er tilgængelige og hvordan deres intellektuelle opbygning er.

10.1.2 Arkivets forsøg på at skabe tiltag der strækker sig udover +65-brugerne

Dette afsnit skal klarlægge, hvordan arkivets udadvendte virksomhed er med til at facilitere arkivets brugere, og om arkivets fokus på at anvende f.eks. Facebook har en rolle ift. at skabe større diversitet i brugergrupperne. Stadsarkivet har mange brugere, der både anvender arkivets fysiske lokation og digitale platforme, men arkivet vil gerne skabe en større diversitet i dets brugergrupper, så arkivet når så bredt ud blandt kommunens borgere som muligt.²⁰⁸ Wøllekær påpeger bl.a.:

"(...) vores faste kunder er ["] plus 65 segmentet og derfor tager vi jo nogle forskellige initiativer, der skal prøve at ramme nogle andre grupper, altså vi har jo nogle tiltag, der skal

²⁰⁵ Bilag 6, s. 47, l. 202-207.

²⁰⁶ *Ibid.*, s. 48, l. 218-226.

²⁰⁷ *Ibid.*, s. 45, l. 185-186.

²⁰⁸ *Ibid.*, s. 49, l. 262-269.

prøve at få skoleklasser aktiveret, vi har nogle tiltag, hvor vi prøver at ramme, hvad skal man sige, familier i højere grad.”²⁰⁹

En af del af disse initiativer er bl.a. at anvende Facebook til at understøtte formidlings tiltagene ved f.eks. at lægge artikler og fotos med beskrivelser op, der er målrettet til forskellige brugere. Wøllekær problematiserer dog, at mange af arkivets *følgere* og brugere på Facebook også er fra +65-segmentet, der i forvejen er tilknyttet arkivet som den primære brugergruppe, hvilket arkivet kan se ud fra dataene, som Frank udtrækker fra Facebook-sidens analyseprogram ‘indblik’, og derfor har det kun lykket for arkivet i et begrænset omfang at nå ud til et bredere brugersegment på Facebook.²¹⁰

Frank understreger alligevel, at arkivet ofte lykkes med at lave tiltag, der rammer andre brugere bl.a. ved forskellige arrangementer som f.eks. byvandring.²¹¹ Om end disse aktiviteter sker fysisk, så anvender arkivet dets Facebook-side til at understøtte kommende arrangementer ved at lave tematiserede opslag, der omhandler og promoverer arrangementerne. Wøllekær påpeger, at *“(…) langt hen ad vejen kan vi faktisk justere det lidt, så vi rammer den målgruppe vi vil, men i en hverdag hvor vi skal bruge mindst mulig tid på det, så er det nemmest at tage de lavt hængende frugter og det er plus 65’erne.”²¹²*

Arkivet ønsker altså at skabe større diversitet i sit brugersegment, eftersom det primært er slægtsforskere i +65-segmentet som arkivet har. Ifølge Wøllekær kan arkivet lave adskillige tiltag, der rammer andre brugersegmenter, men disse er mere ressourcekrævende, og derfor sker det kun i et begrænset omfang.

Ift. arkivets anvendelse af Facebook, så erkender Wøllekær og Frank, at arkivet formentlig ikke rammer de unge brugersegmenter ved at være på Facebook. Til gengæld er Facebook med til at understøtte arkivets formidlingspraksis gennem artikler, fotos og promoveringer af arrangementer, der både er tilrettelagt +65’erne, men også andre brugere, som arkivet vil ramme bl.a. skoleelever, familier etc.

²⁰⁹ Bilag 6, s. 50, l. 277-280.

²¹⁰ *Ibid.*, s. 59, l. 523-529.

²¹¹ *Ibid.*, s. 51, l. 304-309.

²¹² *Ibid.*, s. 51, l. 311-313.

10.1.3 Arkivets strategi for brugen af Facebook

Stadsarkivet har haft en Facebook-side i over 10 år, hvilket betyder, at arkivet tidligt oprettede en Facebook-side. Selvom stadsarkivet på et tidligt stadie var til stede på Facebook, så brugte arkivet kun dets side i et begrænset omfang og det arbejdede ikke efter en strategi. Dette er dog blevet ændret inden for de seneste år, hvor arkivet har allokeret flere ressourcer til at være aktiv på Facebook, og Wøllekær påpeger:

*"(...) da vi gik ind i det, der følte vi nok at nu var de andre der, så derfor skulle vi selvfølgelig også. Der var ikke lagt en egentlig strategi for, hvad vi ville. Den er blevet mere og mere skærpet de sidste par år, i og med at vi har fået kendskab til, hvad det kan og ikke kan osv."*²¹³

Arkivet har ifm. allokeringen af flere ressourcer til sin Facebook-side også fokuseret på at fastsætte en strategi, men Wøllekær påpeger dog selv, at Facebook er en svær platform at bruge: *"(...) vi søger faktisk lidt efter at ramme den rigtige måde at gøre det på, og hver gang jeg tror, at jeg har gennemskuet Facebook, så kommer der et eller andet, hvor jeg tænker, at det forstår jeg ikke."*²¹⁴ Dette skyldes også brugerne: *"Brugerne de er meget svære at forstå, men det er klart, at det er et sted, hvor vi er nødt til at være til stede, og det er vi, og vi vil gerne bruge ressourcer på det."*²¹⁵ På trods af at brugerne er svære at forstå, så har arkivet en række strategiske målsætninger, som det arbejder efter, og det er især dialogen med brugerne, som arkivet fokuserer på. Denne er nemlig ifølge Wøllekær meget værdifuld, fordi Facebook bl.a. medfører, at arkivet kommer i direkte kontakt med adskillige brugere på samme tid og dette giver arkivet mulighed for at *"(...) gøre brugerne til en slags ambassadører for arkivet."*²¹⁶ Wøllekær understreger hermed også, at arkivet har ændret dets strategiske målsætninger, fordi målsætningen tidligere netop var at få flere *følgere* tilknyttet Facebook-siden, men dette er ikke tilfældet mere.²¹⁷

Udover at opslagene skal skabe dialoger med brugerne, skal de også understøtte og fremhæve arkivets andre digitale platforme og bl.a. dets tilgængeliggørelse og vejledningspraksis, og

²¹³ Bilag 6, s. 62, l. 616-618.

²¹⁴ *Ibid.*, s. 55, l. 419-421.

²¹⁵ *Ibid.*, s. 55, l. 422-423.

²¹⁶ *Ibid.*, s. 62, l. 614.

²¹⁷ *Ibid.*, s. 55, l. 430-435.

dette sker bl.a. ved, at Facebook-siden også henviser til f.eks. Fynske billeder.²¹⁸ Facebook har altså en vigtig rolle i arkivets formidlingstiltag, fordi arkivarerne ofte laver formidlings opslag på siden for at holde aktiviteten på siden i gang, hvor det er et foto eller en mindre artikel/historie, der bliver lagt op, der er baseret på arkivaliers indhold.²¹⁹ Wøllekær påpeger, at disse ikke nødvendigvis skaber dialoger med brugerne, fordi de ikke altid opfordrer til det, da det er opslag, der bliver formidlet fra arkivets side som en envejskommunikation.²²⁰ Selvom arkivet arbejder efter en strategi i flere niveauer og med forskellige målsætninger deri, så er opslagene, som arkivet lægger op, kun delvist systematiseret, eftersom arkivet ikke har en decideret plan for, hvornår og hvor mange opslag det vil lægge op.²²¹

Arkivet har altså i de senere år opprioriteret deres brug af Facebook og eksperimenteret med, hvilke tiltag der egner sig bedst ift. arkivets målsætninger. Strategien som arkivet arbejder efter, er i et vist omfang defineret ud fra, at arkivet lægger fotos op for at skabe og bibeholde aktiviteten på siden og samtidig skal opslagene promovere kommende arrangementer, der både sker fysisk og digitalt på arkivet. Den vigtigste strategiske målsætning som arkivet arbejder efter er, at Facebook-siden skal være med til at skabe en dialog med brugerne og være med til at give dem en større historisk bevidsthed og hvilke services arkivet tilbyder fysisk og digitalt.

10.2.1 Vores kategoriseringer af opslagene på Facebook-siden

Historiens Hus Odense har 3622 *synes godt om* og 3825 *følgere* på dets Facebook-side og i perioden fra november 2019 til april 2020, hvorfra vi har kategoriseret samtlige opslag, som arkivet har lagt op på siden, har der i alt været 139 opslag og disse fordeler sig forskelligt i løbet af månederne, hvilket er fremhævet i bilag 7.²²² Dette afsnit vil klarlægge, hvordan fordelingen af kategoriseringerne har været i den afdækkede periode. Dette er, som påpeget tidligere i forskningsoversigten, vigtigt at klarlægge, eftersom det vil give en stadig bedre

²¹⁸ Bilag 6., s. 56, l. 460-465.

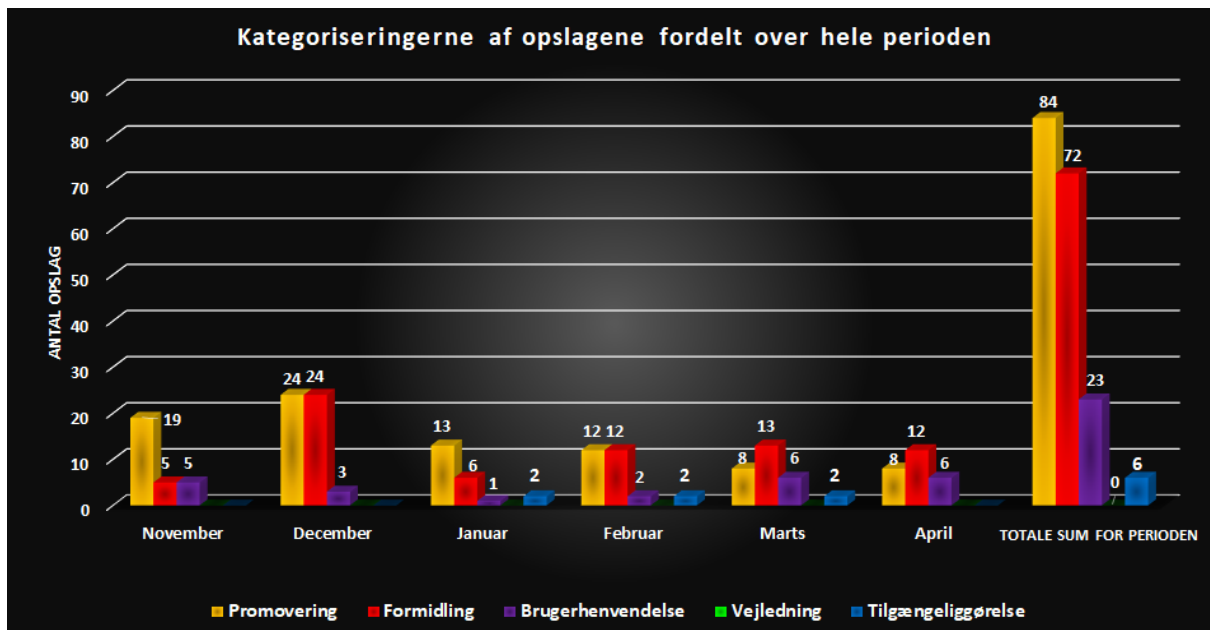
²¹⁹ *Ibid.*, s. 55, l. 429-435.

²²⁰ *Ibid.*, s. 57, l. 488-491.

²²¹ *Ibid.*, s. 62, l. 599-605.

²²² Bilag 7 – Kategorisering af indholdet på Odense Stadsarkivs Facebook-side, foretaget d. 10-11 maj 2020, s. 64-73.

forståelse af, hvad arkiverne laver på Facebook, og hvordan platformen bruges. Opslagenes kategoriseringer fra Historiens Hus Odenses Facebook-side bliver vist i nedenstående diagram.



Figur 5.

Diagrammet viser, at en stor del af opslagene er promoverings- og formidlingsopslag, og disse er generelt dominerende i den periode, som vi har analyseret. I mange tilfælde understøtter promoverings- og formidlingsopslagene hinanden, eftersom vi har fastsat, at mange af disse opslag f.eks. promoverer salget af arkivets årbog, Odensebogen, samt formidler uddrag fra bogen i form af mindre artikler og fotos.²²³ I de fleste af månederne er det også formidlingskategorien, der er dominerende ift. antal. Dette antal blev dog overgået i november og januar måned af promoverings opslagene, og ud fra vores kategoriseringer, har vi fastsat, at arkivet i november laver mange opslag, der promoverer, at den nye udgave af Odensebogen bliver udgivet. Desuden er der i januar også adskillige opslag, der promoverer den nye udgivelse af bogen.²²⁴

De generelle fordelinger af opslagene ud fra vores kategoriseringer er altså på linje med arkivets strategiske målsætninger, som Wøllekær og Frank påpeger i interviewet mht. deres anvendelse af Facebook, hvor Wøllekær understreger, at arkivet forsøger at bruge Facebook til at promovere arkivets aktiviteter i form af f.eks. arrangementer og salg af

²²³ Bilag 7, s. 64-72.

²²⁴ *Ibid.*, s. 68.

bøger.²²⁵ Derudover er et vigtigt element i arkivets strategi også at lægge opslag op med f.eks. fotos i, der kan holde aktiviteten på siden kørende, og i de fleste tilfælde er disse typer af opslag formidlings opslag. Disse opslag er dermed også medvirkende til at opfylde en anden del af arkivets strategiske målsætning, hvilket netop er at skabe og give brugerne en historisk forståelse, fordi bearbejdet indhold fra arkivalierne bliver lagt ud på Facebook-siden. Disse opslag er desuden i et vist omfang med til at skabe en dialog med brugerne, fordi opslagene bliver *delt* og *kommenteret* på af brugerne.

For at skabe dialoger med brugerne, laver arkivet en række henvendelser til dem via nogle af Facebook opslagene. Dette er især tilfældet, når arkivet laver indsamlingskampagner, som det bl.a. er tilfældet i marts og april 2020 ifm. brugernes erindringer under COVID-19. Derfor er de fleste af vores kategoriseringer ift. brugerhenvendelse placeret i marts og april, hvor arkivet lagde adskillige opslag op af denne type.²²⁶

Vi kunne ikke fastsætte nogle vejledningsopslag på arkivets Facebook-side i den periode, som vi afdækkede. I interviewet påpeger Frank, at meget af arkivets vejledningsmateriale ligger ved forskellige samlinger i databaserne eller på hjemmesiden, samt på den fysiske læsesal. Til gengæld var der flere tilfælde af tilgængeliggørelses opslag, hvor arkivet henviser til sine, databaser og hvor noget af dette vejledningsmateriale altså ligger, men det bliver ikke præsenteret for brugerne i opslagene.

Opslagene på arkivets Facebook-side er, ud fra vores kategoriseringer, med til at understøtte og afspejler arkivets strategiske målsætninger om at skabe en øget historisk forståelse hos borgerne i kommunen. Dette sker i høj grad gennem promoverings- og formidlingsopslag, hvor arkivet bearbejder og tilrettelægger forskelligt indhold fra arkivalierne, der formidles til brugerne gennem f.eks. artikler, fotos etc. og derudover promoverer arkivet adskillige arrangementer/tiltag som f.eks. foredrag, byvandring og bøger, der er med til at underbygge den historiske forståelse, hvis brugerne vælger at deltage i disse. I vores afdækkede periode var der ikke mange opslag, som vi vurderede kunne kategoriseres som værende tilgængeliggørelse og brugerhenvendelse, men alligevel var der nogle opslag, der henviste

²²⁵ Bilag 7, s. 64 & 68.

²²⁶ *Ibid.*, s. 70-72.

brugere til databaserne og samtidig også i perioder under erindrings indsamlingskampagnerne et stort antal brugerhenvendelses opslag.

10.2.2 Det historiske indhold er i fokus for arkivet - ikke antallet af *synes godt om*

Arkivets medarbejdere har ved deres evaluering og konkretisering af strategien for anvendelsen af Facebook også ændret på, hvordan de vurderer succesen af aktiviteterne på Facebook. Dette betyder bl.a., at arkivet ikke længere blot er interesseret i at få flere *følgere* og *synes godt om* på deres Facebook-side og på deres opslag, men derimod vurderer arkivet succesen ud fra, om brugerne på Facebook-siden får noget ud af de opslag som arkivet lægger op.²²⁷ Wøllekær uddyber det således:

*“Jeg synes jo, hvis du havde spurgt mig for et år siden, så havde jeg sagt, at det handlede om at få flest mulige ‘likes’ (...) det synes jeg bare ikke længere, fordi hvis vi har lavet et godt opslag med et godt indhold og jeg kan se, at der er nogle få der har reageret på det på en god måde, så bliver jeg lige så glad.”*²²⁸

I stedet er det altså at øge den historiske forståelse hos brugerne og dermed også en positiv opfattelse fra deres side, som succesen bliver vurderet ud fra. Det er dog sværere at vurdere succesen ud fra disse kriterier, hvilket vi i forskningsoversigten også har fastslået, eftersom det oftest kræver, at arkiverne laver brugerundersøgelser, og derfor er det nemmere og mindre ressourcekrævende f.eks. at aflæse antallet af *synes godt om*, som opslagene får.

I stedet for at fokusere på antallet af *synes godt om*, vurderer stadsarkivet, om dets aktiviteter på Facebook er en succes ud fra, om der f.eks. bliver solgt alle tilgængelige billetter til arrangementer som arkivet bl.a. promoverer på dets Facebook-side. Eller om f.eks. alle trykte eksemplarer af Odensebogen bliver solgt.²²⁹ Wøllekær påpeger også i interviewet, at *“(...) det kunne være interessant nok at blive klogere på, hvorfor folk følger os og hvad for nogle opslag de synes er interessante. For vi har reelt ikke nogen føling med det anden end*

²²⁷ Bilag 6, s. 55, l. 427-430.

²²⁸ *Ibid.*, s. 60, l. 560-563.

²²⁹ *Ibid.*, s. 60, l. 546-557.

vores mavefornemmelse.”²³⁰ Fokuset fra stadsarkivet er altså, om opslagene resulterer i en øget aktivitet til f.eks. arrangementerne.

Arkivet aflæser antallet af besøgende på f.eks. dets digitale tjenester, og på den måde kan arkivet aflæse, om f.eks. et øget antal af formidlingsopslag i en periode, genererer flere besøgende på arkivets hjemmeside eller database som f.eks. Fynske billeder. Frank forklarer det således:

*“(...) så oplever vi, at jo mere vi lægger ud, jo flere gæster får vi også (...) Så kan man se inde på Fynske billeder, at hvert år kommer flere nye tusinder billeder som vores frivillige sidder og registrerer og hvert år får vi flere tusinde ekstra sidebesøg, så det er jo fedt.”*²³¹

Stadsarkivet kan altså aflæse en vis succes ud fra dets aktiviteter på Facebook, hvilke er med til at generere flere besøgende på arkivets digitale platforme og generelt øge synligheden. Dette er også et aspekt, der blev påvist i forskningsoversigten, hvor Williamson, Vieira & Williamson i deres undersøgelse påviste, at en stigende aktivitet på Facebook både giver arkiverne i deres undersøgelse en bedre placering i Google-søgefeltet samt forøger aktiviteten på arkivernes andre digitale platforme.

Desuden er et vigtigt aspekt i strategien, som Odense stadsarkiv arbejder efter på Facebook, dialogerne som det skaber med brugerne, og disse dialoger bliver også aflæst ud fra antallet af *kommentarer* og *delinger* som opslagene får, hvilket Frank understreger således: *“Ja, så er det sjovere med nogle fede kommentarer, hvor folk beskriver, at her lærte de noget (...)”*²³² og i forlængelse heraf, *“(...) som I også ved med Facebook og sådan noget, det er meget med delinger. Så hvis der er en eller anden gruppe, der synes det er spændende, så deler de det og så får vi måske en helt anden målgruppe.”*²³³ Derfor bruger arkivet også analyseprogrammer som Facebooks ‘indblik’ til at aflæse dette.

I forhold til vores fokus på, hvordan interaktionerne blandt opslagenes kategoriseringer fordeler sig, har vi også lavet diagrammer, der viser dette for stadsarkivets Facebook-side,

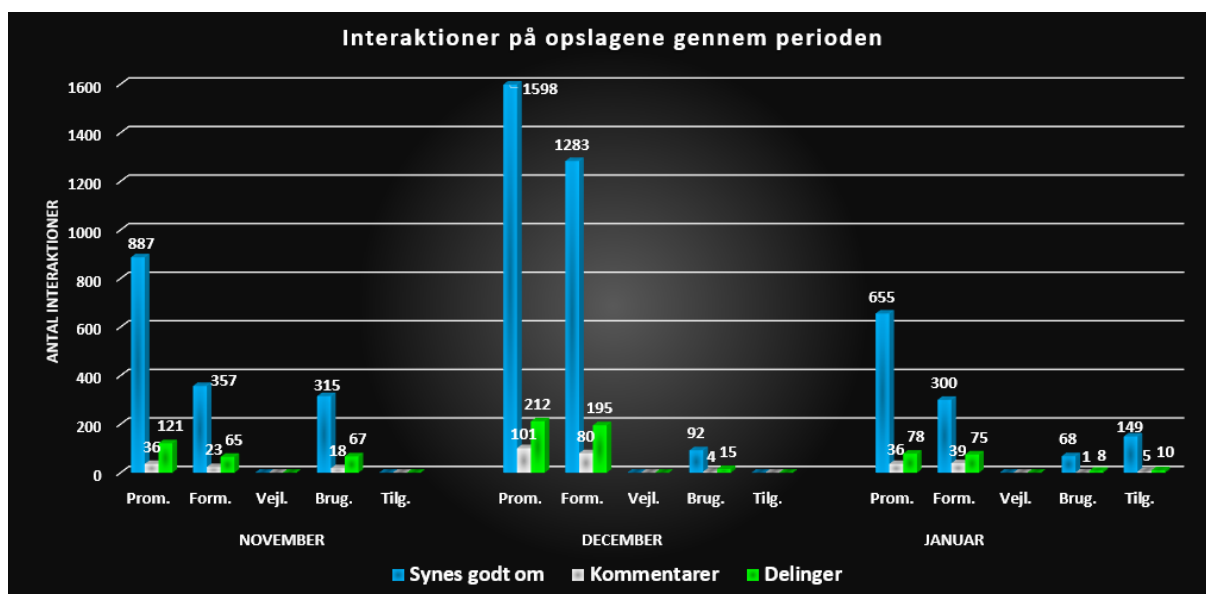
²³⁰ Bilag 6, s. 61, l. 578-580.

²³¹ *Ibid.*, s. 60, l. 553-557.

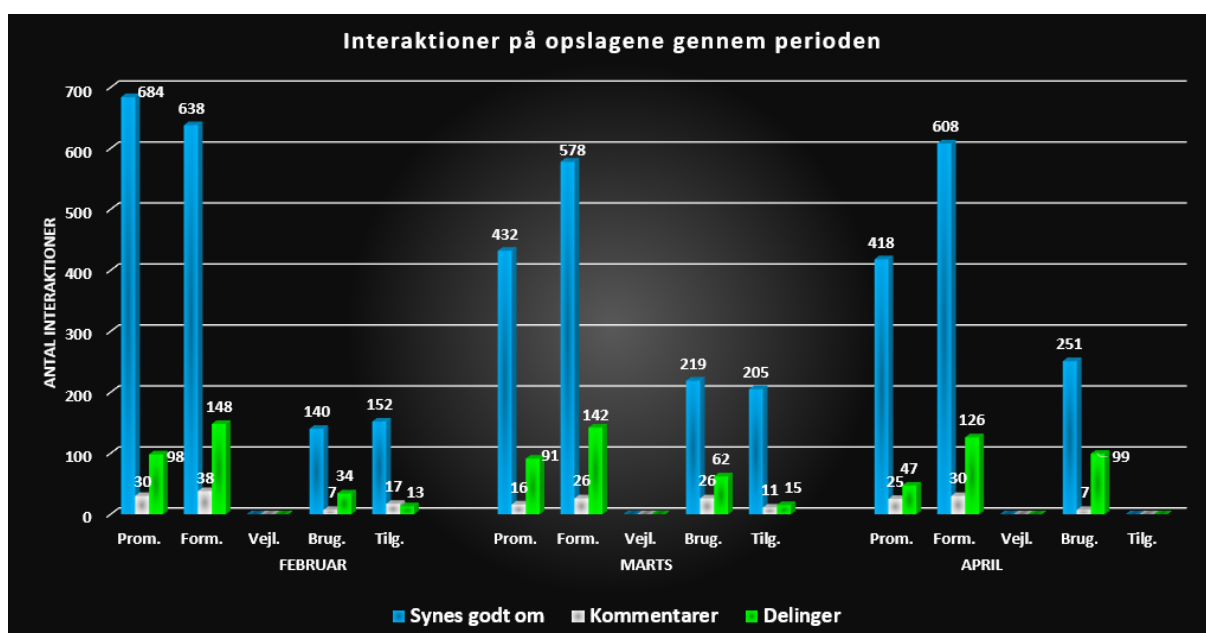
²³² *Ibid.*, s. 56, l. 448-449.

²³³ *Ibid.*, s. 59, l. 524-526.

inklusive fordelingen af *synes godt om*, om end Wøllekær påpeger, at arkivet ikke vurderer opslagernes succes ud fra det. Dette gør vi for at kunne klarlægge antallet af *synes godt om* som brugerne giver de typer af opslag, der afspejler arkivets målsætninger. I nedenstående diagrammer bliver fordelingen over antal af interaktioner, som vores kategoriseringer af Facebook-sidens opslag har fået i den afdækkede periode.



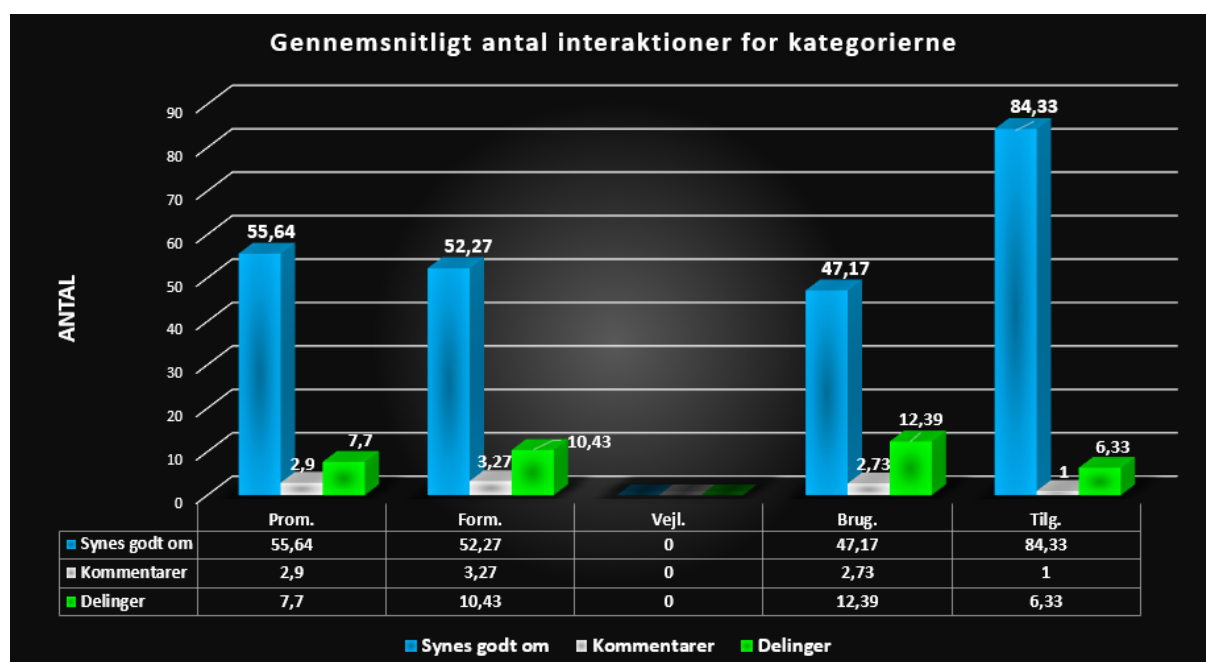
Figur 6.



Figur 7.

Selvom arkivet ikke vurderer sin succes ud fra antallet af *synes godt om*, så viser dataene i diagrammerne, at arkivets promoverings- og formidlingsopslag generelt gennem perioden får et højt antal *synes godt om* fra brugerne. En del af dette skyldes som påpeget tidligere, at

arkivet lægger flest af disse typer opslag op, men det viser også, at disse opslag skaber en stor aktivitet fra brugernes side. Dette underbygges ydermere af antallet af gennemsnitlige interaktioner, som opslagene får, hvilket bliver vist i nedenstående diagram.



Figur 8.

I diagrammerne kan det bl.a. aflæses, at promoverings- og formidlingsopslagene udover mange *synes godt om*, også får mange *delinger*, hvilket Frank bl.a. påpeger i interviewet er en af måderne, hvorpå arkivet vurderer, om aktiviteterne er en succes. Dette skyldes netop, at *delingerne*, som han påpeger, er med til at vise om folk til dels synes om et opslag og dets indhold, fordi de *del*er det. Desuden får brugerhenvendelses opslagene også et højt antal interaktioner i gennemsnit, hvilket igen underbygger, at arkivet lykkes med at skabe en dialog med brugerne, der ser arkivets opslag på Facebook. Ud fra vores kategoriseringer var der kun få tilgængeliggørelsesopslag på Facebook-siden, men disse modtager til gengæld også et højt antal interaktioner.

Stadsarkivet baserer altså ikke sin vurdering af succes på antal af *synes godt om* fra brugernes side, derimod er antallet af *kommentarer* og *delinger* med til at fastsætte, for arkivet, om brugerne til dels er positive overfor opslagene og indholdet, og til dels om det har bidraget med en øget historisk forståelse.

Desuden påpeger Wøllekær, at selvom Facebook har et stort potentiale ifm. at synliggøre arkivet, så kan arkivet ikke blive ved med at være til stede på alle nye sociale medier, der måtte fremkomme: *“Hvor mange steder kan vi ende med at skulle være til stede til sidst, hvis det her bare bliver ved? [”] lige nu kan vi gøre det uden at vi behøver at prioritere, men på et eller andet tidspunkt, så kunne jeg forestille mig, at vi kommer i en situation, hvor vi bliver nødt til at prioritere.”*²³⁴

10.3 Sammenfatning af Odense stadsarkiv

Arkivet prioriterer at have en aktiv og synlig formidlingsprofil, og i den forbindelse anvender det Facebook til at understøtte dets formidlingspraksis. Strategien som arkivet arbejder efter er, at opslagene på siden især skal være med til at øge brugernes historiske forståelse og promovere arkivets fysiske og digitale arrangementer, hvilket vores kategoriseringer af arkivets opslag på Facebook også afspejler, eftersom vi kunne kategorisere flest opslag som værende promoverings- og formidlingsopslag. Succesen som arkivet vurderer sine aktiviteter ud fra, er både, ift. hvordan dialogerne med brugerne skabes, og ift. hvor mange besøgende aktiviteterne generer på arkivets andre platforme og til arrangementerne. Arkivet vurderer ikke længere opslagenes succes ud fra antallet af *synes godt om* som opslagene får, om end vores undersøgelse ifm. kategoriseringerne og interaktionerne viser, at promoverings- og formidlingsopslag, får mange interaktioner, herunder *synes godt om*.

²³⁴ Bilag 6, s. 63, l. 626-629.

11. Aalborg Stadsarkiv

Aalborg Stadsarkiv er både et kommunal- og lokalhistorisk arkiv for Aalborg Kommune. Strukturæssigt hører stadsarkivet under Sundheds- og Kulturforvaltningen og indsamler fra Aalborg Kommunes syv forvaltninger.²³⁵ Aalborg Stadsarkiv har flere afdelinger i dets virke som stadsarkiv herunder bl.a. Udvandrerarkivet, KOMDA og HistorieAalborg. Sidstnævnte er et samarbejde mellem stadsarkivet og Aalborg Bibliotekernes Lokalsamling. Stadsarkivets personale inkluderer en stadsarkivar, tre arkivarer, fire digitalarkivarer, en data- og digitaliseringsmedarbejder, en fotograf og seks arkivassistenter. Vi har i undersøgelse af Aalborg Stadsarkiv interviewet arkivar Bente Jensen, der er formidlingsarkivar i arkivet og dermed også arkivets ansigt udadtil. Ydermere er Jensen en af de arkivteoretikere, som har bidraget i høj grad til forskningen i det danske arkivfelt, som tidl. påpeget i forskningsoversigten. Jensen er i arkivet bl.a. ansvarlig for strategierne inden for bl.a. arkivets formidling, brugergrupper, forskning, undervisning og sociale medier og yderligere har Jensen været lektorvikar på Aalborg Universitet og bidraget til at skabe uddannelsen informationsforvaltning på Aalborg Universitet.²³⁶

11.1.1 Arkivets mål - synliggørelse af deres aktiviteter i lokalsamfundets nutid

I dette afsnit vil vi klarlægge, hvilken rolle arkivet har i kommunen og hvordan denne kommer til udtryk. Dette er vigtigt at fremhæve, eftersom forskningen slår fast, at arkivets brug af udadvendte virksomhed er afhængig af, hvilken rolle kommunen vil have, at arkivet påtager sig.²³⁷ Jensen påpeger, at arkivet definerer to centrale sider for deres formål i kommunen, hvilket Jensen påpeger således: *"(...) der ser vi os som en ressource, altså både for kommunen i forhold til administrationen, når vi snakker om den mere kommunale administrative del. Og så ser vi jo os selv som kulturskaber og kulturmedskaber sammen med borgerne."*²³⁸ Desuden

²³⁵ Aalborg Kommune, *Aalborg Kommune Forvaltningsstruktur pr. 01.01.2014* (Aalborg Kommune 2020) s. 1.

²³⁶ Bilag 9 - Interview 10. juni, 2020 med Bente Jensen, "Aalborg Stadsarkiv", s. 79, l. 37-39.

"Medarbejdere", konsulteret 3. juli 2020,

http://www.aalborgstadsarkiv.dk/AalborgStadsarkiv.asp?Menu=AalborgStadsarkiv&Menu2=AalborgStadsarkiv_Medarbejdere

²³⁷ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2006) s. 9.

²³⁸ Bilag 9, s. 81, l. 64-67.

understreger Jensen, at man i stadsarkivets praksis ikke kan fremhæve én arbejdsopgave frem for en anden, men at de skal ses som en symbiose, eksempelvis ift. tilgængeliggørelse, vejledning og formidling, hvilket kan defineres som den udadvendte virksomhed.²³⁹ Stadsarkivet anser således samhørigheden for at være vigtig, dog er arkivet bevidst om, at der internt i kommunen er interesse for stadsarkivets formidling af lokalhistorien, og det forventes bl.a., at arkivet producerer historiebøger.²⁴⁰ Hertil fremhæver Jensen, at formidling på arkivets Facebook-side konkret sker, når samlingerne bliver bearbejdet af arkivet som envejskommunikation ud til brugerne i et opslag, dog ønsker arkivet at, *“(...) tage begrebet videre og foretrækker at kommunikere omkring samlinger (dvs. to vejs, inddragende, samskabende).”*²⁴¹ Arkivet har dermed en særlig strategisk tilgang til Facebook, hvor de gennem deres formidling ønsker at samle brugerne til aktiv deltagelse med arkivet omkring deres Facebook opslag.

Aalborg Stadsarkiv vil ikke blot være en institution, der er til for “nostalgien” skyld, men også relevant for brugernes samtid: *“Så vi ser os også selv som, altså vi skal have en eller anden form for relevans og også i den aktuelle situation, så det handler ikke kun historierne og nostalgien og ”kan du huske at?”.”*²⁴² Teknologiske muligheder, f.eks. fotos og digitale platforme, har givet stadsarkivet mulighed for i højere grad at være til stede i nutiden omkring, hvad der sker inden for Aalborg Kommune, hvilket bl.a. kan ses ud fra arkivets COVID-19-indsamling, der fremhæves som arkivets måde at vise sin rolle i kommunen og skabe relationer med brugerne på Facebook.²⁴³

Stadsarkivets mission i samfundet er således at være aktiv i kommunen, for både at sikre deres relevans i kommunen og relation med brugerne i lokalsamfundets nutid samt at sikre kendskabet af deres samlinger, så disse kommer i brug hos brugerne. Relationen med brugerne kan også ses ved, at arkivet ønsker et tæt forhold med deres brugergrupper, og endda også bringer dem aktivt i spil i arkivets virke.

²³⁹ Bilag 9, s. 82, l. 107-109.

²⁴⁰ *Ibid.*, s. 81, l. 61-63.

²⁴¹ Bilag 12 - Jensen, Bente, e-mail-besked til de studerende, 2. juli, 2020.

²⁴² Bilag 9, s. 81, l. 75-77.

²⁴³ *Ibid.*, s. 81, l. 70-72.

11.1.2 Brugerne som en del af arkivets praksis

Vi vil i dette afsnit klarlægge de typiske brugergrupper som stadsarkivet har i dets praksis og arkivets samarbejde med brugerne. Dette er vigtigt for at fastslå arkivets tilgang til brugerne og om arkivets udadvendte virksomhed på Facebook er med til at indfange nye brugere, og facilitere for brugerne.

Stadsarkivets brugergrupper udgør de brugere, der kommer ifm. enkeltsags forespørgsler, bl.a. adoptionssager, sociale sager etc. og forespørgsler fra uddannelsesinstitutionerne, herunder historie, arkitekter, lærere etc., men også forskere, pressen og konsulentfirmaer.²⁴⁴ Jensen understreger dog, at den traditionelle brugergruppe, slægtsforskere, vægter højt for stadsarkivet ift. deres samarbejde med dem:

"(...) det er en kernegruppe og dem 'nurser' vi også, fordi hvis vi kan se at de er frivillige på den måde, at de går ind og hoster en workshop hver anden uge her. Altså hvor de ligesom er eksperterne og hvor vi ligesom 'går til og fra' (...) så får vi ligesom samlet folk, i stedet for de kommer drypvis op til skranken her, og de får også en dialog med hinanden (...)"²⁴⁵

Stadsarkivet bruger således slægtsforskernes ekspertise, som et led i deres egen vejledningspraksis, da dette ifølge Jensen bliver uddelegeret til større eksperter. Stadsarkivet sørger for en tilgængelig lokation til brugerne og er behjælpelige med spørgsmål, hvis nødvendigt, dog vejleder stadsarkivet selv primært, når brugerne selv møder op på stadsarkivet, hvilket også er arkivets generelle tilgang til vejledning.²⁴⁶ Til trods for dette viser stadsarkivet brugerorientering ift. overvejelserne vedr. at lette brugernes adgang til arrangementer i et digitalt forum, som følge af arkivets lockdown, ved at streame på f.eks. Teams.²⁴⁷

Stadsarkivets brugergrupper skal dermed ses ud fra et bredt brugersegment, hvilket dermed også giver et grundlag for yderligere overvejelse til, hvorledes arkivet bedst når ud til disse brugere på sociale medier eller andre digitale kommunikationsformer.

²⁴⁴ Bilag 9, s. 93-94.

²⁴⁵ *Ibid.*, s. 93, l. 432-438.

²⁴⁶ *Ibid.*, s. 93.

Bilag 12 - Jensen, Bente, e-mail-besked til de studerende, 2. juli, 2020.

²⁴⁷ Bilag 9, s. 96, l. 509-513.

11.1.3 Arkivets brug af Facebook som et element i deres sociale medie strategi

Det forgangne afsnit viste, at stadsarkivet har et bredt brugersegment. For at imødekomme disse og facilitere for dem på forskellige måder, anvender arkivet flere sociale medier, der indgår under en overordnet strategi. Forskningsoversigten har påvist, at det er vigtigt at arbejde efter en strategi, især når et arkiv anvender forskellige sociale medier i dets praksis, og derfor skal dette afsnit klarlægge, hvordan Aalborg Stadsarkiv konkret anvender Facebook, og hvordan dennes strategi kommer til udtryk.

Arkivet bruger forskellige medier i en overordnet strategi for deres udadvendte virksomhed, hvor Facebook er en del af arkivets formidlingsstrategi og spiller sammen med andre medier.²⁴⁸ Dermed er det en grundlæggende politik for arkivet, at deres sociale medier opererer i en symbiose med hinanden, eksempelvis ved at genbruge en del af det samme indhold fra Facebook på deres Instagram for at spare tid.²⁴⁹ Facebook bliver ligeledes påpeget som et led i at styrke stadsarkivets indsamlingsstrategi, fordi stadsarkivet ser en sammenhæng imellem indsamling og formidling.²⁵⁰ Jensen påpeger også, at stadsarkivet bruger Twitter og eksperimenterer med f.eks. brugen af Snapchat, *"(...) fordi vi gerne vil være der, hvor brugerne er, så eksperimenterer vi også med forskellige medier, hvor andre måske ville vente."*²⁵¹ Jensen understreger endvidere, at når hun laver en strategi for, hvilke brugergrupper arkivet gerne vil henvende sig til, så deles disse op efter, ud fra hendes erfaring, hvem der primært bruger et bestemt type medie, hvilket også er grundlaget for, at arkivet bruger andre medier som f.eks. Twitter for at ramme specifikke brugergrupper.²⁵² Stadsarkivet ønsker at være *first movers* i bl.a. brugen af sociale medier inden for feltet, hvilket også indikeres ud fra, at Aalborg Stadsarkiv var en af de første arkivinstitutioner i Danmark, som fik Facebook i 2009.²⁵³

Selvom arkivet anvender flere sociale medier, er målsætningen med Facebook at lave formidling og skabe dialoger, og herunder til at oplyse om f.eks. kommende arrangementer,

²⁴⁸ Bilag 9, s. 99, l. 623-225.

²⁴⁹ *Ibid.*, 104, l. 752-753.

²⁵⁰ *Ibid.*, s. 104, l. 774-776.

²⁵¹ *Ibid.*, s. 100, l. 638-640.

²⁵² *Ibid.*, 92, l. 416-418.

Ibid., 101, l. 684-688.

²⁵³ *Ibid.*, s. 100, l. 647.

Ibid., s. 102, l. 690-691.

tilføjelse af metadata fra brugerne etc.²⁵⁴ Facebook bruges dermed som en kommunikationskanal til brugerne og de potentielle brugere for at øge opmærksomheden over stadsarkivets aktiviteter, samt for at vise, hvilke samlinger arkivet har. Stadsarkivets tidl. Facebook-strategi var, ifølge Jensen, at nå yngre målgrupper, men dette er ikke det primære mål nu.²⁵⁵ Fokusset i dag bygger på et brugersegment med forskelligartede interesser, primært inden for lokalhistorie, f.eks. entusiastiske brugere og deres ekspertviden til tilføjelsen af metadata og decideret *broadcasting* når det gælder Facebook.²⁵⁶

Til trods for at arkivet benytter flere sociale medier, så har arkivet helt klare strategiske overvejelser ifm. Facebook, der således skal ses ud fra, at Facebook primært bruges ud til et bredt brugersegment og bruges som en nyhedsplatform for arkivets aktiviteter, men også bruges til at vise samlingerne frem for brugerne og inddrage brugerne til at tilføje metadata.

11.2.1 Arkivets opslags indhold ud fra kategoriseringerne

Aalborg Stadsarkivs opslag på Facebook er kategoriseret ud fra en periode fra november 2019 til april 2020. Dette har vi valgt at gøre, fordi forskningen bl.a. har påpeget, at det er nødvendigt med klarlæggelse af opslagernes indhold for bedre at kunne forstå, hvordan og hvorfor brugerne reagerer på disse i form af forskellige interaktioner.²⁵⁷

Stadsarkivets Facebook-side har 3995 *synes godt om* og 4091 *følgere*.²⁵⁸ Endvidere lavede arkivet 118 opslag der fordeler sig forskelligt i månederne, som kommer til udtryk i bilag 10.²⁵⁹ Desuden har gruppen HistorieAalborg, som før nævnt er en afdeling inden for stadsarkivet, 3801 *synes godt om*, hvilket betyder, at stadsarkivet har to tilbud på Facebook.²⁶⁰ Vi har dog haft fokus på stadsarkivets officielle Facebook-side, ligeledes med vores andre undersøgte stadsarkiver. Vi kunne ud fra vores kategorisering af stadsarkivets opslag fastsætte, at formidlingsopslagene er den kategori, som er stærkest repræsenteret under hele perioden med 75 opslag, særligt i december, marts og april, hvor stadsarkivet henholdsvis

²⁵⁴ Bilag 9, s. 101, l. 661-662.

Ibid., s. 100, l. 630-633.

²⁵⁵ Bilag 9, s. 104, l. 760.

²⁵⁶ *Ibid.*, s. 104, l. 760-763.

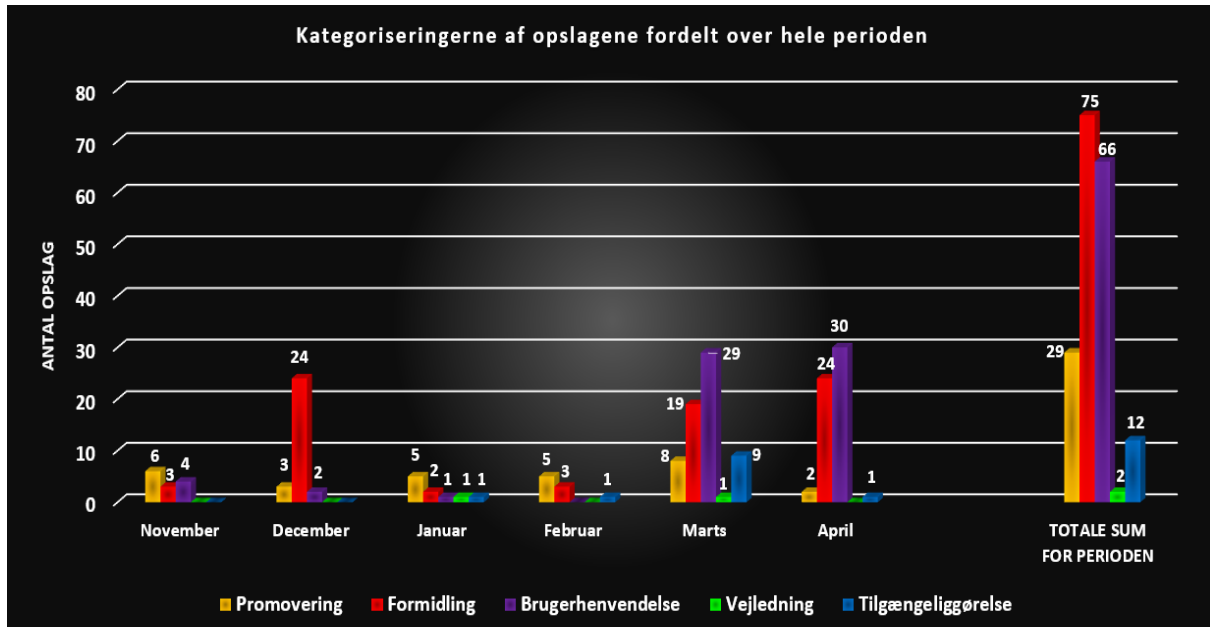
²⁵⁷ Duff, Johnson & Cherry, *op. cit.*, s. 95.

²⁵⁸ "Aalborg Stadsarkiv", konsulteret 7. juli 2020, <https://www.facebook.com/Aalborg-Stadsarkiv-74025152089>

²⁵⁹ Bilag 10 – Kategorisering af indholdet på Aalborg Stadsarkivs Facebook-side foretaget d. 5 - 6. maj 2020, s. 108-116.

²⁶⁰ Bilag 12 - Jensen, Bente, e-mail-besked til de studerende, 7. juli, 2020.

lavede kampagner med f.eks. en julekalender med billeder og historier dertil.²⁶¹ I marts og april var stadsarkivets kampagne omhandlende øget digitalt brug på Facebook pga. COVID-19 med til, at stadsarkivet dagligt udsendte billeder med en kort tekst dertil, hvor man ønskede brugernes hjælp til yderligere metadata til arkivalierne.²⁶² Vores nedenstående diagram viser fordelingen over, hvilke typer opslag stadsarkivet har lagt op i perioden.



Figur 9.

Ud fra Facebook-opslagenes indhold har stadsarkivet en overbevisning om, hvad opslagene konkret skal indeholde: *“Så lavede vi rigtig mange apropos indslag, f.eks. 5. maj, 9. april, altså hvis der er et eller andet jubilæum, så bruger vi lejligheden til at vise nogle af de billeder som folk måske ikke kender, så rigtig mange apropos nyheder.”*²⁶³ Ud fra vores kategoriseringer kan vi også klarlægge, at formidlingsopslagene er de mest brugte på deres Facebook-side, hvor 75 ud af 118 kategoriserede opslag i alt, var opslag der indeholdt formidling.²⁶⁴ Selvom stadsarkivet laver mange formidlingsopslag, så er der en stor del brugerhenvendelsesopslag, hvor 59 ud af de 66 brugerhenvendelsesopslag for hele perioden blev lagt op i marts og april, som i særdeleshed kan sættes i relief med stadsarkivets kampagne vedr. påførelsen af metadata til deres samlinger.²⁶⁵

²⁶¹ Bilag 10, s. 109-110.

²⁶² *Ibid.*, s. 112-116.

²⁶³ Bilag 9, s. 103, l. 747-749.

²⁶⁴ Bilag 10, s. 108-116.

²⁶⁵ *Ibid.*, s. 112-116.

Ud fra stadsarkivets eget samtids-dokumenterende selvbillede, så beskæftiger de sig også med aktuelle situationer og sammenkobler den med deres samlinger, og hvor de bringes i spil:

“Altså hvis der er et skib, der hamrer ind i Limfjordsbroen, så finder vi billeder af skibe fra f.eks. 60’erne, der gjorde det samme og sådan nogle ting, eller film. Så vi prøver at få vores samlinger i spil og fortælle nogle historier, og så bruger vi det jo også som en arrangementskalender, så det er mange funktioner.”²⁶⁶

Det handler dermed om for stadsarkivet hele tiden at fremvise deres samlinger, når lejligheden byder sig, men også at promovere for kommende begivenheder, hvilket ligeledes kommer til udtryk ud fra kategoriseringerne, hvor promovring med 28 opslag ligger nummer tre over den type indhold, der bliver lagt mest op på Facebook-siden, hvilket også stemmer overens med deres strategi om at bruge Facebook som nyhedsapparat for aktiviteter.²⁶⁷ Endvidere er der en mindre repræsentation af tilgængeliggørelsesopslag, idet der er ti opslag for hele perioden, som primært omhandler nye indleveringer eller henvisninger til databasen Arkiv.dk.²⁶⁸ Dette er interessant at have in mente ift. stadsarkivets eget benævnte ønske om mere brug af og oplysninger om deres samlinger. Man kan dog fastholde, at ved at stadsarkivet fremviser et øget antal af formidlings opslag, så viser de, hvilken typer af historier som brugerne kan finde i stadsarkivets samlinger.

Vejlednings opslag er den type indhold, som er mindst lagt op, hvor der kun er lagt to opslag for perioden, hvor disse begge er omhandlende slægtsforskning. Dette stemmer overens med slægtsforskernes ekspertise inden for dette felt, dog hvor stadsarkivet mere står til rådighed som en tillægs hjælp end som egentlige værter for arrangementerne.

Ud fra kategoriseringerne kan vi fastsætte, at formidlingsopslagene spiller en central rolle ud fra arkivets brug af Facebook, både rene formidlingsopslag og kombineret med de andre kategoriseringer, ud fra at være aktiv ifm. med at fremme den lokalhistoriske bevidsthed og samlinger.²⁶⁹ Endvidere forekommer der en stor del brugerhenvendelses- og

²⁶⁶ Bilag 9, 103-104, l. 749-752.

²⁶⁷ Bilag 10, s. 111-112.

²⁶⁸ Bilag 12 - Jensen, Bente, e-mail-besked til de studerende, 2. juli, 2020.

²⁶⁹ Bilag 10, s. 111-112.

promoveringsopslag, hvilket indikerer arkivets ønske om at inddrage brugerne og promovere arkivets aktiviteter.

11.2.2 Stadsarkivets vurdering af succes

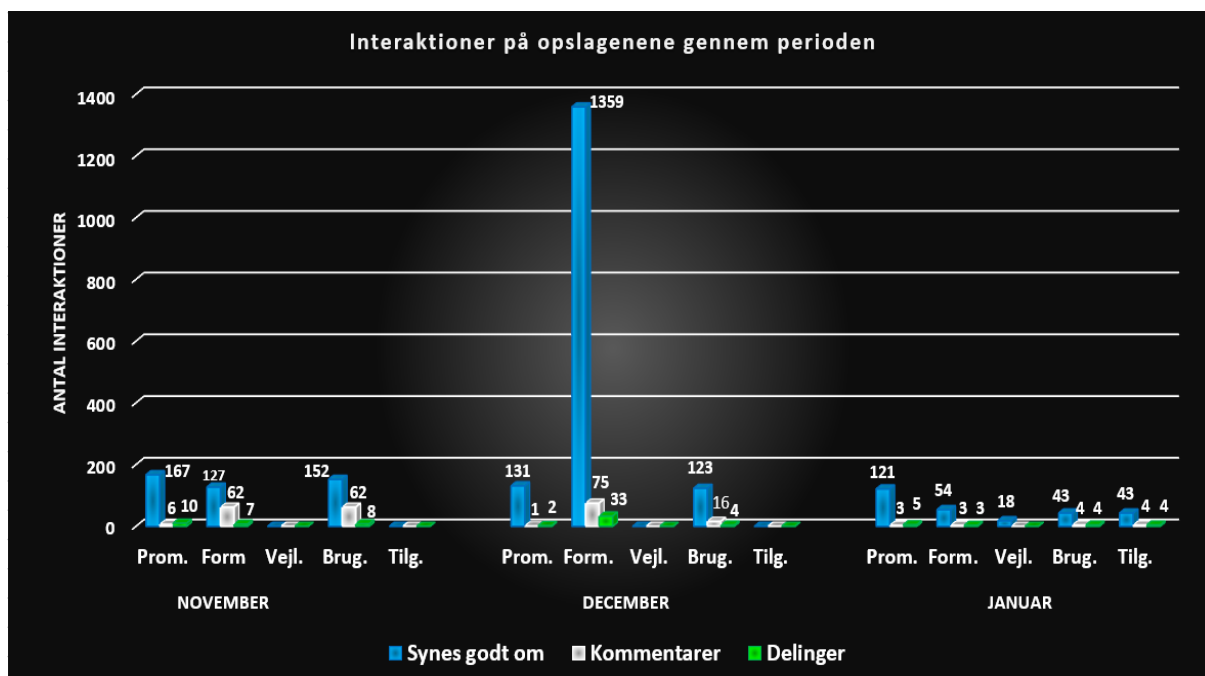
Vi kunne i det ovenstående afsnit fastslå, hvilke opslag arkivet primært lægger op på deres Facebook-side samt stadsarkivets formål med at lægge disse opslag op. Vi vil i dette afsnit klarlægge, hvordan arkivet evaluerer og vurderer succes ift. aktiviteterne på Facebook. Dette er vigtigt fordi forskningen af bl.a. Hager har påpeget, at de fleste arkiver vurderer deres aktiviteter succes ud fra antallet af interaktioner, men at det vil være at foretrække, hvis arkiverne laver mere dybdegående undersøgelser.

Ifølge Jensen vurderer stadsarkivet succes bl.a. ud fra konkrete tal ifm. deres aktivitet: *"Ja, men altså det kan du jo gøre med tal på forskellig vis. Det var jo helt tydeligt, at f.eks. øget aktivitet i det hele taget, gjorde jo at vi gik fra 2000 til næsten 4000 på de uger her (...) men så sad folk også derhjemme, men det var jo en særlig situation, og vi greb den."*²⁷⁰ Jensen konkretiserer ikke, hvilke analyseredskaber stadsarkivet bruger for at kunne fastslå denne øgede aktivitet, men i en mail understreger Jensen, at der er tale om de rå tal, f.eks. *synes godt om*, som arkivet vurderer succes ud fra.²⁷¹

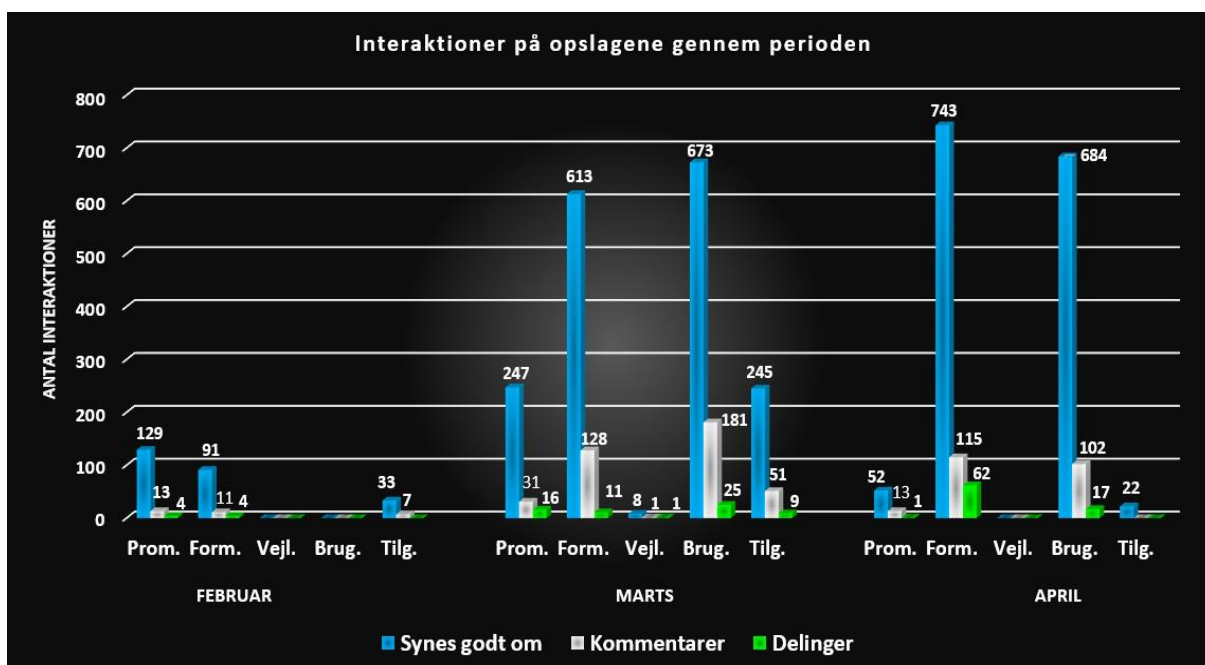
Gennem vores undersøgelse af stadsarkivet undersøgte vi de interaktioner, der forekom på opslagene under hele perioden. Stadsarkivet fik i denne periode 5717 *synes godt om*, 976 *kommentarer* og 230 *delinger* på samtlige opslag. I de to nedenstående diagrammer er det vist, hvordan disse interaktioner er fordelt ud fra tre måneder i hvert diagram.

²⁷⁰ Bilag 9, s. 104, l. 772-775.

²⁷¹ Bilag 12, Jensen, Bente, e-mail-besked til de studerende, 7. juli, 2020.



Figur 10.



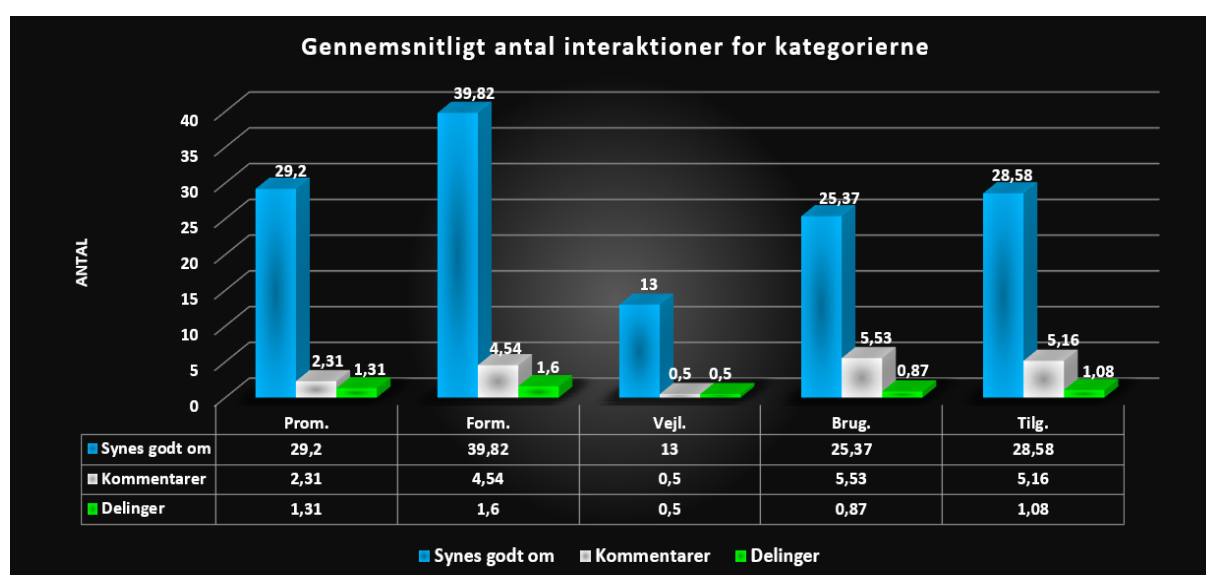
Figur 11.

Som nævnt viste vores diagram over kategoriseringerne, at stadsarkivet har flest formidlingsopslag, og foruden brugerhenvendelsesopslagene adskiller sig markant fra promoverings-, vejlednings- og tilgængeliggørelsesopslagene. I forhold til hvilken kategori der har fået flest interaktioner fra brugerne ud fra *synes godt om*, *kommentarer* og *delinger*, så er det ligeledes formidlingsopslagene. Jensen understreger, som før nævnt, at stadsarkivet

vurderer succes generelt ud fra tal og aktivitet omkring deres opslag. Hertil ses det at foruden december har marts og april vist sig at være markant succesfulde ud fra stadsarkivets egen vurdering af succes, hvor netop disse måneder, som tidl. påpeget, viser stadsarkivets forøgelse af formidlings- og brugerhenvendelsesopslag og de interaktioner, de har fået.

Ud fra ønsket om at være aktivt og relevant for borgerne i kommunen og styrkelsen af den lokalhistoriske bevidsthed, viser diagrammerne over interaktionerne se, at dette er lykket for stadsarkivet, set ud fra tallene og deres egen definition på succes.

Som et led i undersøgelsen har vi også beregnet det gennemsnitlige antal interaktioner for vores kategorier, hvortil disse er blevet opstillet i nedenstående diagram.



Figur 12.

Ud fra det gennemsnitlige antal af interaktioner for kategorierne kan det uddrages, at selvom der ikke er samme antal promoveringsopslag ift. formidlingsopslagene, så viser tallene dog, at promoveringsopslagene har gennemsnitlig 29,6 *synes godt om*, 2,32 *kommentarer* og 1,35 *delinger*, hvilket viser, at denne type opslag modtager mange interaktioner på antal *synes godt om* og *delinger* ift. brugerhenvendelsesopslagene med en gennemsnitlig interaktion på 25,37 *synes godt om*, 5,53 *kommentarer* og 0,87 *delinger*, selvom der er langt flere brugerhenvendelsesopslag. Endvidere præciseres det, at formidlingsopslagene har et højere gennemsnit ift. de andre kategorier med et gennemsnit på 39,82 *synes godt om*, 4,54 *kommentarer* og 1,6 *delinger*, dog har tilgængeliggørelsesopslagene et højere gennemsnit på kommentarerne. Det er vigtigt at have in mente, at tallene fra formidlingsopslagene er højere bl.a. som et resultat af stadsarkivet julekalender, der må siges at være succesfuld med hele

1359 synes godt om blot i formidlings kategorien.²⁷² Jensen påpeger, som før nævnt, at der er centrale styrker ved at være på Facebook, hvor man som arkiv er der, hvor brugerne er.²⁷³ Jensen hæfter sig dog ved udfordringer ift. tiden arkivet skal bruge på Facebook, idet det kræves at arkivet er løbende over mediet og vedvarende aktiv.²⁷⁴ Det fremhæves også i forskningsoversigten af Heyliger, McLoone og Thomas der netop frygter at arkivarerne bruger for meget tid på aktiviteten på de sociale medier ift. resultaterne i sidste ende.²⁷⁵

Ift. hvad der er succesfuldt for stadsarkivets brug af Facebook, så fremhæver Jensen bl.a. at have set en tendens til at brugerne er glade for fotos af gamle postkort, hvilket kan gøre indikation på arkivets øgede brug af formidlingsopslag på siden, hvor disse også indeholder denne type billeder. Arkivet har således en klar overbevisning over, hvornår deres arbejde har været succesfuldt, hvilket primært ses ud fra antal interaktioner, der konkret er på opslagene og som forekommer på arkivets Facebook-side generelt.

12.2.3 Udfordringer ved arkivets brug af Facebook

Til trods for at Facebook har styrker ift. arkivets udførelse af dets målsætning, så forekommer der også udfordringer ved brugen af mediet. Vi vil i dette afsnit klarlægge de udfordringer, som arkivet har erfaret i deres brug af Facebook. Dette er vigtigt, idet Liew, Oliver & Watkins påpeger, at arkivet bør være opmærksom på disse udfordringer i brugen af Facebook.²⁷⁶

Jensen påpeger, at brugen af Facebook generelt kan blive problematisk i fremtiden ift. nye EU-politikker:

"(...) vi får jo et problem, hvis den EU høring, der er omkring offentlig virksomhed overhovedet kan og må være på Facebook. Så må vi jo bare tænke anderledes, men Facebook er jo problematisk på den måde, at den styrer og er databelagt nogle steder, hvor den ikke skal. F.eks. hele den der mail eller Messenger forespørgselsfunktion er koblet af, den bruger vi ikke Facebook til (...) pga. data, der flyder rundt der, fordi, tænk hvis de sender deres CPR- eller bankkonto nummer (...)"²⁷⁷

²⁷² Bilag 10, s. 109-110.

²⁷³ Bilag 9, s. 106, l. 833-834.

²⁷⁴ *Ibid.*, s. 106-107, l. 841-843.

²⁷⁵ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 398.

²⁷⁶ Liew, Oliver & Watkins, *op. cit.*, s. 98-104.

²⁷⁷ Bilag 9, s. 100-101, l. 655-662.

I arkivet er man altså opmærksom på, at offentlige virksomheders brug af sociale medier kan blive ændret radikalt, hvilket indirekte påvirker stadsarkivets mulighed for brug af digital formidling på et medie som Facebook, hvor mange brugere befinder sig.²⁷⁸ En anden udfordring er bl.a., at nogle brugere til tider kommer med negative holdninger ift. opslags indhold på stadsarkivets Facebook-side, hvortil arkivet henviser til deres grundformål med siden eller decideret sletter disse kommentarer.²⁷⁹

Til trods for at stadsarkivet har opnået succes på dets Facebook-side, fordi opslagene får mange *synes godt om* og bliver anvendt af flere forskellige brugere, så er arkivet opmærksom på udviklingen inden for sociale medier, og om arkivet skal ændre strategien samt vurdere, hvordan disse medier bedst muligt kan kombineres med hinanden og potentielle nye medier.²⁸⁰ I denne sammenhæng pointerer Jensen afslutningsvis ift. brugen af sociale medier: *“Vi holder ikke op med at bruge sociale medier, det er svært for os at se, så længe danskerne er aktive derpå.”*²⁸¹

12.3 Sammenfatning af Aalborg Stadsarkiv

Aalborg Stadsarkivs motivation for at være til stede på Facebook er at skabe relevans i kommunen, hvortil arkivet har strategiske overvejelser ift. brugen af mediet. Facebook er et vigtigt redskab for at nå målsætningerne vedr. synlighed i samfundet, samt at være et aktivt både som myndigheds- og lokalhistorisk arkiv. Stadsarkivet bruger desuden Facebook primært til at vise samlingerne til brugerne, men også for at få deres hjælp til at tilføje metatekst til samlingerne. Stadsarkivet bruger et *‘broadcasting’* aspekt ifm. brugen af Facebook, hvilket ses ud fra at størstedelen af opslagene arkivet lægger op på siden er formidlings- og brugerhenvendelsesopslag, og disse har også flest interaktioner. Arkivets tiltag på Facebook afspejler en vision om at udbrede et bredt perspektiv af Aalborgs lokalhistorie, og derigennem vise arkivets relevans og vigtighed for lokalsamfundet.

²⁷⁸ Bilag 9, s. 101, l. 665-666.

²⁷⁹ Bilag 12 - Jensen, Bente, e-mail-besked til studerende, 2. juli, 2020.

²⁸⁰ Bilag 9, s. 106, l. 832-836.

²⁸¹ *Ibid.*, s. 106, l. 836-837.

12. Silkeborg Arkiv

Silkeborg Arkiv blev oprettet i 1918 og var et lokalhistorisk arkiv frem til 2005, hvor det også blev et offentligt §7-arkiv, som, udover det lokalhistoriske, også skulle varetage Silkeborg Kommunes myndighedsarkivalier. Silkeborg Arkiv har et personale bestående af en arkivleder, en arkivar og en arkivassistent.²⁸² Rent administrativt er arkivet en selvstændig afdeling ved Silkeborg Bibliotekerne som moderinstitution, og derved hører arkivet organisatorisk også under Kultur,- Fritids- og Idrætsudvalget, hvor arkivet indsamler fra kommunens otte forvaltninger.²⁸³ I Silkeborg Arkiv er det arkivleder Lis Thavlov, som er ansvarlig for arkivets udadvendte virksomhed samt brugen af Facebook som et redskab til dette.²⁸⁴

12.1.1 Arkivets placering i kommunen

Vi vil i dette afsnit fastsætte de centrale rammer og strukturelle forhold for Silkeborg Arkiv, samt hvordan arkivet ser sig selv og dets kerneopgaver i Silkeborg Kommune. Dette er vigtigt at undersøge, idet dette har betydning for, hvordan den udadvendte virksomhed bliver brugt i arkivet samt endvidere anvendelsen af Facebook.

Som det ses i indledningen til arkivet, så er det personalemæssigt ikke et stort arkiv, hvilket også er gældende for arkivets fysiske bygning. Som arkivleder Lis Thavlov understreger, så er en udfordring netop den fysiske placering, selvom arkivet er en selvstændig afdeling ved Silkeborg Bibliotekerne: *"(...) fordi vi i virkeligheden har alt for lidt plads (...) vi har ikke mulighed sådan at udvide vores faciliteter både hverken på kontorfaciliteter eller læsesals faciliteter, så det er bagsiden af medaljen."*²⁸⁵ Det kan dermed fastslås, at de fysiske rammer påvirker arkivets generelle udvidelsesmuligheder, og ligeledes påvirker arkivets aktiviteter ift. projekter, arrangementer etc. Ifølge Thavlov, anser arkivet sig selv som Silkeborgs hukommelse, hvortil det, udover de fastsatte opgaver i arkivlovens §7, også fokuserer dets

²⁸² "Silkeborg Arkiv: Ansatte", konsulteret 30. juni 2020, https://silkeborgbib.dk/bibliotek/silkeborg_arkiv/personale

²⁸³ Bilag 13 - Interview 4. maj 2020 med Lis Thavlov, "Silkeborg Arkiv", s. 124.

Silkeborg Kommune, *Organisationsplan for Silkeborg Kommunes administration juli 2020* (Silkeborg Kommune 2020), s. 13.

²⁸⁴ Bilag 13, *op. cit.*, s. 142, l. 593-594.

²⁸⁵ *Ibid.*, s. 124, l. 53-57.

indsamling på et lokalhistoriske niveau samt at oplyse kommunens borgere om vigtigheden af, at arkivet indsamler kommunens og deres historie.²⁸⁶

Udover indsamling, så understreger Thavlov at tilgængeliggørelse, vejledning og formidling skal ses som en grundlæggende del for arkivets virke i kommunen. F.eks. faciliterer arkivet tilgængeliggørelse og vejledning på dets læsesal, hvor brugerne kan få stillet arkivalierne til rådighed.²⁸⁷ I forbindelse med tilgængeliggørelse ønsker arkivet øget metadata i registreringerne, for at lette søgbarheden, dog påpeger Thavlov, at arkivet ikke har ressourcer til selv at tilgængeliggøre på et genstandsniveau, til trods for at arkivet implicit mener, at dette kunne være ønskeligt fremadrettet.²⁸⁸ Arkivets ønske om større søgbarhed er et eksempel på, hvordan arkivet gerne vil være brugerorienteret ift. fremtidig brug af dets samlinger.

Vejledning forekommer også som et fast element på arkivets læsesal, dog påpeger Thavlov, at vejledning også sker via digitale medier: *"(...) vi får jo også massere af spørgsmål via mail eller via Facebook, som vi så faktisk også ["] der er jo også en slags vejledning, hvor vi giver folk svar på deres spørgsmål eller viser dem videre ud i systemet."*²⁸⁹ Endvidere understreger Thavlov, at arkivet også aktivt laver konkrete arrangementer, som omhandler, hvad Silkeborg Arkiv er og kan bruges til for brugere eller andre interesserede foreninger.²⁹⁰ Arkivet bruger også Facebook som et redskab i sin vejledningspraksis til lettere at kunne ekspedere, ift. at brugerne selv fysisk skulle henvende sig til arkivet. Arkivet er også brugerorienteret ud fra deres Facebook-side, hvor de har slået en funktion til, der muliggøre at en Messenger-chatboks straks kommer frem og tillader brugerne at stille direkte spørgsmål, hvoraf der allerede er nogle forberedte spørgsmål tilgængelige, men chatboksen giver også mulighed for, at brugeren selv kan stille spørgsmål.²⁹¹

²⁸⁶ Bilag 13, s. 126, l. 98-101.

²⁸⁷ *Ibid.*, s. 132, l. 283-284.

²⁸⁸ *Ibid.*, s. 132, l. 273-281.

²⁸⁹ *Ibid.*, s. 132, l. 296-298.

²⁹⁰ *Ibid.*, s. 133, l. 300-302.

²⁹¹ "Silkeborg Arkiv," konsulteret 16. juli 2020, <https://www.facebook.com/SilkeborgArkiv>

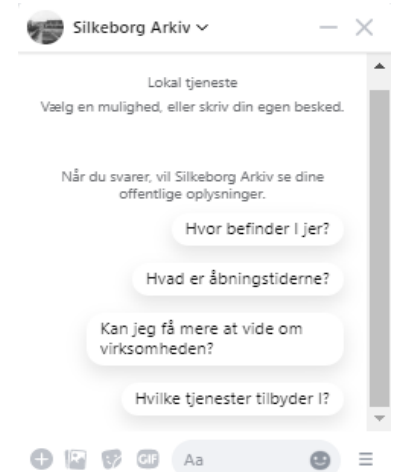
Arkivet ser endvidere formidling som en stor del af arkivets eget selvbillede og den funktion, som de vægter højt i arkivet:

*"(...) formidling er jo noget af det vigtigste ikke, og vise eksempler på hvordan samlingerne kan bruges. Vi har (...) i perioder haft artikler, store artikler, hvor vores materialer er blevet brugt hver 14. dag i Midtjyllands Avis, sådan et helt opslag i avisen og det har jeg så fået taget lidt op igen her i corona-tiden."*²⁹²

Arkivet har således, ift. deres formidlingspraksis, gjort brug af andre kommunikationskanaler end blot arkivets egne, hvor dette ydermere kan nå ud til flere potentielle brugere, som måske ikke kender til arkivet selv, men kender lokalavisen, der jævnligt indeholder arkivets

artikler. Endvidere påpeger Thavlov, at arkivet desuden har flere formidlingsaktiviteter, der primært omhandler foredrag og byvandring.²⁹³ Netop disse arrangementer er et vigtigt aspekt for arkivet, idet arkivet ser dets målsætning med formidling som værende at gøre det ekstra interessant for brugerne: *"(...) vi gør faktisk meget det, at vi prøver at sige, "hvor kan arkivet lukke dørene op?" Altså hvor kan vi som arkiv gå hen og spørge om vi må lave et arrangement, sådan at folk der ikke normalt ville have indgang der kan komme til."*²⁹⁴ Arkivet bruger dermed dets position i kommunen som et offentligt arkiv og historieformidler til at skabe unikke oplevelser til dets brugere.

Til trods for at arkivet har størrelsesmæssige udfordringer, så er arkivet til stadig aktivt i den udadvendte virksomhed, hvortil bl.a. Facebook bruges som et redskab for at kompensere for de begrænsede fysiske rammer. Endvidere er arkivet særligt brugerorienteret ud fra, at det især tillægger formidling til brugerne som en vigtig prioritet for arkivets målsætning.



Billede 2.

²⁹² Bilag 13, s. 133, l. 308-312.

²⁹³ *Ibid.*, s. 133, l. 321-324.

²⁹⁴ *Ibid.*, s. 134, l. 345-347.

12.1.2 Arkivets kernebrugere og arkivets ønske om et yngre brugersegment

Arkivet ønsker at bringe samlingerne i spil for alle borgere i kommunen, hvor det særligt også omhandler at skabe en bedre kontakt med de yngre brugergrupper. Dette afsnit skal vise, hvordan arkivet forstår sine brugere, idet der i forskningsoversigten bliver påpeget, at det er vigtigt at kende sine brugere ifm. brugen af Facebook, og at arkivet målretter henvendelser for at få den største respons og mest muligt ud af indsatsen mod disse brugere.²⁹⁵

Thavlov understreger, at arkivet ikke vægter bestemte brugergrupper, men ønsker at være til for alle i lokalsamfundet: *"Vi prøver virkelig at undgå, at blive identificeret som et sted, hvor det kun er ældre, der er brugere, vi skal virkelig ["] vi prøver at gøre alt, hvad vi kan for at ryste det der ["] jeg ved ikke om det eksisterer længere, men det image omkring, hvem der er vores brugergrupper."*²⁹⁶ Arkivet ønsker dermed ikke at blive anset for at være et støvet arkiv kun med ældre brugere eller bestemte brugergrupper. Thavlov påpeger dog, at arkivet ønsker et bedre forhold til de yngre brugere, særligt på uddannelsesinstitutionerne.²⁹⁷

Arkivet har et netværk med folkeskolerne kaldet 'Ud & Lær', primært for skoleelever i 7-8. klasse, hvor der bl.a. bliver lavet byvandring. Thavlov påpeger dog, at folkeskolen ikke er den optimale brugergruppe for arkivets formidling, idet de ikke rigtigt kan bruge arkivets samlinger som de ældre studerende ved gymnasierne og universiteterne.²⁹⁸ Arkivet forsøger at indgå i et sådant samarbejde med biblioteket ift. gymnasiet, fordi arkivet aldrig har haft held med at få gymnasieelever ind som en del af sine brugere.²⁹⁹ Dermed kan arkivet også få opfyldt dets egen målsætning ifm. øget brug og synliggørelse af samlingerne med et fokus på yngre brugergrupper. Selvom arkivet bl.a. ønsker at udvide med yngre brugere, så har arkivet også de traditionelle kernebrugere som en fast og vigtig del af arkivet, bl.a. ud fra den månedlige slægtsforskningscafé, hvor de hjælper hinanden og nye brugere.³⁰⁰ Samarbejdet med slægtsforskere spiller en vigtig rolle, idet at de kan være med til at hjælpe med at besvare spørgsmål relateret til slægtsforskningen, som f.eks. tydning af skrift.³⁰¹

²⁹⁵ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 386.

²⁹⁶ Bilag 13, s. 136, l. 389-392.

²⁹⁷ *Ibid.*, s. 136, l. 397-399.

²⁹⁸ *Ibid.*, s. 133-134, l. 328-335.

Ibid., s. 134, l. 337-338.

²⁹⁹ *Ibid.*, s. 134, l. 337-341.

³⁰⁰ *Ibid.*, s. 136, l. 400-402.

³⁰¹ *Ibid.*, s. 136, l. 403-405.

Arkivet har et bredt brugersegment, men arkivarerne ønsker at udvide dette ifm. yngre brugergrupper, hvilket kan trække tråde til at få flere eksterne 'ambassadører' til arkivet og skabe interesse for samlingerne. For at arkivet bedst muligt når ud til flere brugergrupper og formidler samlingerne, så gør arkivet også brug af Facebook.

12.1.3 Arkivets strategi for brugen af Facebook

Silkeborg Arkivs Facebook-side har 6573 *synes godt om* og 6633 *følgere*, hvilket gør Facebook-siden til den anden største af alle danske stadsarkivers Facebook-sider målt på antal *synes godt om* og *følgere*. Arkivet har dermed et højt antal brugere på deres Facebook-side, som potentielt oplever arkivets aktiviteter - dog er det vigtigt at klarlægge, hvilke strategiske overvejelser arkivet har i brugen af Facebook-siden, fordi forskningen bl.a. har fastslået, at det er vigtigt at have en strategi for anvendelsen af Facebook, især når der er mange brugere tilknyttet siden.³⁰²

Thavlov understreger ift. deres strategiske brug af Facebook, at hun ikke finder det relevant at have en strategi for Facebook, hvilket hun påpeger; *"(...) jeg må indrømme vi behøver ikke sådan nogen strategi for det, fordi det er så oplagt at bruge det til efterlysning, til, hvad skal man sige, bare ren underholdning, og også til formidling af vores virksomhed, altså hvad er det egentlig vi laver?"*³⁰³ En formaliseret strategi anses dermed som unødvendig, fordi arkivet ser Facebook som en kommunikationskanal til at nå ud til andre. Arkivets målsætning med brugen af Facebook bliver dermed også fokuseret ud fra at formidle, både ift. at skildre Silkeborgs bybillede, men også som generel underholdning til brugerne samt at promovere selve Silkeborg Arkiv.

Netop fordi arkivet ikke bruger en konkret strategi for aktiviteterne på Facebook, sker dette langt mere impulsivt, hvorpå Thavlov understreger, at deres brug af Facebook fra starten var et eksperimenterende element for arkivet:

"(...) jeg må indrømme, at vi gik bare i gang i 2010 ["] og vi ["] altså jeg plejer at beskrive vores opslag som eller vores poste, som 'blandede bolsjer'. Det kan være noget, der sker i byen

³⁰² Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 384.

³⁰³ Bilag 13, s. 142, l. 567-569.

*[""] det kan være noget som vi registrerer, så kalder jeg det f.eks. "nyt på arkiv.dk" [""] altså jeg skal også bare skrive, "hjælp", f.eks. hvis vi gerne vil have suppleret noget billedregistrering."*³⁰⁴

Arkivet har dermed fastsat målsætninger, der også er med til at afgrænse indholdstyperne, som arkivet lægger op på siden. Eksempelvis indholdet, der bliver lagt op på baggrund af arkivets mission for ønsket om at dokumentere nutiden, set med historiske øjne.³⁰⁵ Thavlov påpeger, at brugen af Facebook er en unik mulighed for at imødekomme flere brugere: "Vi når jo ud til nogen, der aldrig nogensinde ville komme ind på vores læsesal (...) de stiller jo også spørgsmål via Facebook, dem prøver vi også at få svar på eller give dem svar på."³⁰⁶ Arkivet ser dermed Facebook som et godt redskab til at nå ud til nye brugere, hvilket også stemmer overens med tilgangen til at nå ud til et bredt brugersegment. Thavlov understreger, at Facebook også bliver brugt til at supplere billede registreringerne, som hun fremhæver således:

*"(...) nogle gange ligger svaret en halv til en hel time efter, nogle gange bruger jeg det også bevidst hvor jeg godt ved noget af svaret eller har en fornemmelse af svaret, så skriver jeg, "hjælp", så får jeg det bekræftet og så får jeg det ovenikøbet suppleret, og så kan de sidde og diskuterer – de elsker det."*³⁰⁷

Arkivet bruger således også Facebook som et led i tilgængeliggørelses praksissen ud fra at øge mængden af metadata til billederne og bringe brugerne yderligere i spil. Dette medfører, at nogle af registreringerne bliver lavet på et genstandsniveau, hvilket arkivet, som førnævnt, også ønsker, men som det ikke selv har ressourcer til at kunne gøre.

Til trods for at arkivet ikke har en bestemt strategi, så bruger arkivet Facebook aktivt ifm. med dets udadvendte virksomhed på flere forskellige måder og til dokumentation af nutiden. Samtidig anser arkivet det som en god måde at nå ud til brugerne på, men også ifm. at få brugernes hjælp til at tilføje metadata til arkivalierne. Generelt understreger Thavlov

³⁰⁴ Bilag 13, s. 141, l. 553-557.

³⁰⁵ *Ibid.*, s. 144, l. 631-633.

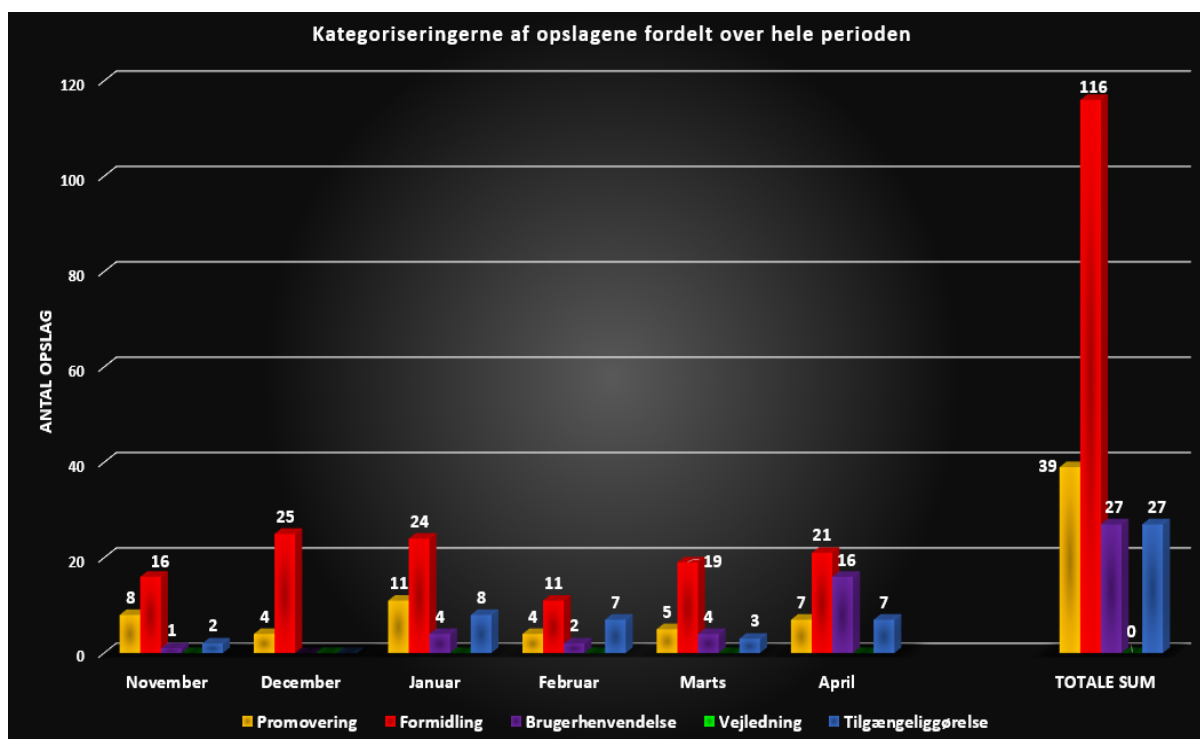
³⁰⁶ *Ibid.*, s. 143, l. 597-600.

³⁰⁷ *Ibid.*, s. 141, l. 559-562.

mulighederne ved brugen af Facebook således: *“Det er en gave til arkiverne, at vi har mulighed for at komme i kontakt med vores brugere så direkte som vi kan på Facebook.”*³⁰⁸

12.2.1 Arkivets opslags indhold ud fra kategoriseringerne

I forbindelse med vores undersøgelse af Silkeborg Arkiv har vi foretaget kategoriseringer af opslagene indhold på deres Facebook-side, hvilket vi har gjort for at klarlægge, om der er sammenhænge mellem de indholdstyper, som arkivet lægger op og de strategiske målsætninger, som det har. Afsnittet skal dermed være med til at undersøge, hvordan disse kategoriseringer af opslagene er fordelt og kommer til udtryk på Facebook-siden. I perioden har arkivet lagt 147 opslag op på Facebook-siden og disse fordeler sig forskelligt i månederne i bilag.³⁰⁹ I nedenstående diagram viser fordelingen af opslagene ud fra vores kategoriseringer gennem hele perioden.



Figur 13.

Ud fra vores kategoriseringer af opslagene kan vi fastslå, at formidlingsopslagene er blevet benyttet flest gange over samtlige måneder, vi har undersøgt. Selve fordelingen af formidling

³⁰⁸ Bilag 13, s. 142, l. 574-575.

³⁰⁹ Bilag 14 – Kategorisering af indholdet på Silkeborg Arkivs Facebook-side foretaget d. 7. – 9. maj 2020, s. 155-164.

ud fra diagrammet er forholdsvist ligeligt fordelt i månederne, dog med undtagelse af februar. Desuden er december den måned, hvor der er foretaget flest formidlings opslag, hvilket bl.a. er et resultat af arkivets opstart på julekalender-kampagnen, 'DET' SØRME - DET' SANDT DE'CEMBER', hvor arkivet fremviste stemningsbilleder med beskrivelser i hele julen.³¹⁰

Ift. formidlingsopslagene er Thavlov også selv overbevist over, hvad der virker for arkivets brugere, når arkivet lægger disse opslag op på Facebook: *"Vi har også haft nogle kaffevogne og hvis jeg ville have ekstra hit på Facebook (...) jeg kan godt komme ind og få en 12-15.000 folk der er inde og se og interagerer på Facebook-siden, hver gang jeg lægger den op (...)"*³¹¹ Arkivets formidling på Facebook er dermed bl.a. vurderet ud fra, hvor mange der ser arkivets opslag og kan være med til at indikere populariteten af dette samt fortælle, hvad der virker for arkivet ift. deres formidlingspraksis. Endvidere kan der i diagrammet uddrages, at promoveringsopslag er den 2. mest anvendte kategori for arkivet med 36 opslag, hvilket stemmer overens med, at disse opslag primært bliver brugt som promovering af kommende begivenheder i form af bl.a. foredrag, rundvisning og hvad der sker "bag scenen" i arkivet.³¹² Kategorien brugerhenvendelse er repræsenteret med 27 opslag i hele perioden, men er særligt stigende i april, hvor 16 ud af de 27 opslag blev lavet, hvilket både kan ses som arkivets konkrete ønske om brugernes hjælp til at tilføje metadata til samlingerne, og at antallet steg pga. COVID-19.³¹³ Kategorien tilgængeliggørelse er lige med antallet af brugerhenvendelses opslagene, altså med 27 opslag i alt, og er også en del af arkivets målsætning om at skabe mere brug i samlingerne ved, at arkivet henviser til bl.a. Arkiv.dk og dermed skaber en større indsigt til brugerne om, hvilke typer af samlinger og historier arkivet kan tilbyde, udover det enkelte opslag de netop ser.³¹⁴ Arkivets opslag afspejler arkivets fastsatte målsætninger, om end der ikke arbejdes efter en konkret strategi. Der er særligt mange formidlingsopslag, idet disse er med til at skabe en øget historisk forståelse ud fra et fortidigt og nutidigt perspektiv. Det er dog vigtigt også at fastslå, at promovering, brugerhenvendelse og tilgængeliggørelse også i høj grad er vigtigt for arkivet ift. at promovere kommende begivenheder, at vise hvad de laver "bag scenen", hjælp til metadata og henvisninger til arkivets samlinger.

³¹⁰ Bilag 14, s. 157-158.

³¹¹ Bilag 13, s. 139, l. 496-500.

³¹² Bilag 14, s.159-160.

³¹³ *Ibid.*, s. 163.

³¹⁴ *Ibid.*, s. 163.

12.2.2 Arkivets vurdering af succes

I det tidl. afsnit har vi undersøgt, hvordan fordelingen af arkivets opslag var for hele perioden, og hvordan disse kommer til udtryk på Facebook-siden. Vi vil dernæst undersøge, hvordan arkivet evaluerer og vurderer succes ud fra dets aktiviteter og fastslå mængderne af interaktioner på opslagene.

Thavlov understreger, at arkivet vurderer aktiviteternes succes på Facebook bl.a. ud fra hvor mange der *synes godt om* og *følger* arkivets side, dog er Thavlov bekendt med Facebooks eget analyseprogram 'indblik':

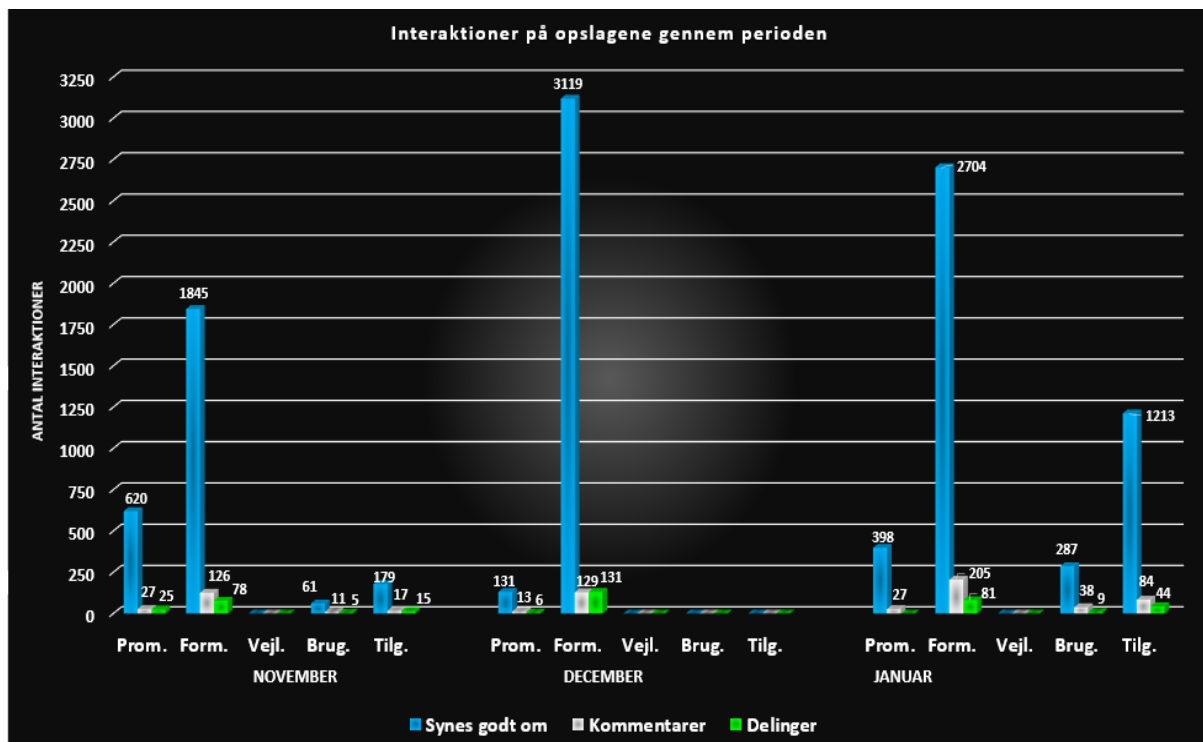
*"(...) jeg ved godt der er den der underliggende side, den går jeg ind på engang imellem og ser hvordan kurven ser ud og sådan noget, men vi laver ikke noget statistik på det, udover det. Vi bruger kun ["] Facebooks egne redskaber til det og så laver jeg en lille statusrapport hvert år den 31. januar, hvor jeg så siger, "hvor mange følgere og brugere havde vi eller synes godt om havde vi på det her tidspunkt?"."*³¹⁵

Selvom arkivet har kendskab til programmet 'indblik', bliver succes primært vurderet ud fra, hvad arkivet konkret kan se af antal interaktioner på dets egen side og i opslagene. Arkivet foretager dog også vurderinger ved at sammenligne sig selv ud fra andre arkivers Facebook-tal, hvor Silkeborg Arkiv i denne sammenhæng ligger meget tæt ift. *synes godt om* og *følger* på deres side, sammenlignet med Københavns Stadsarkiv.³¹⁶

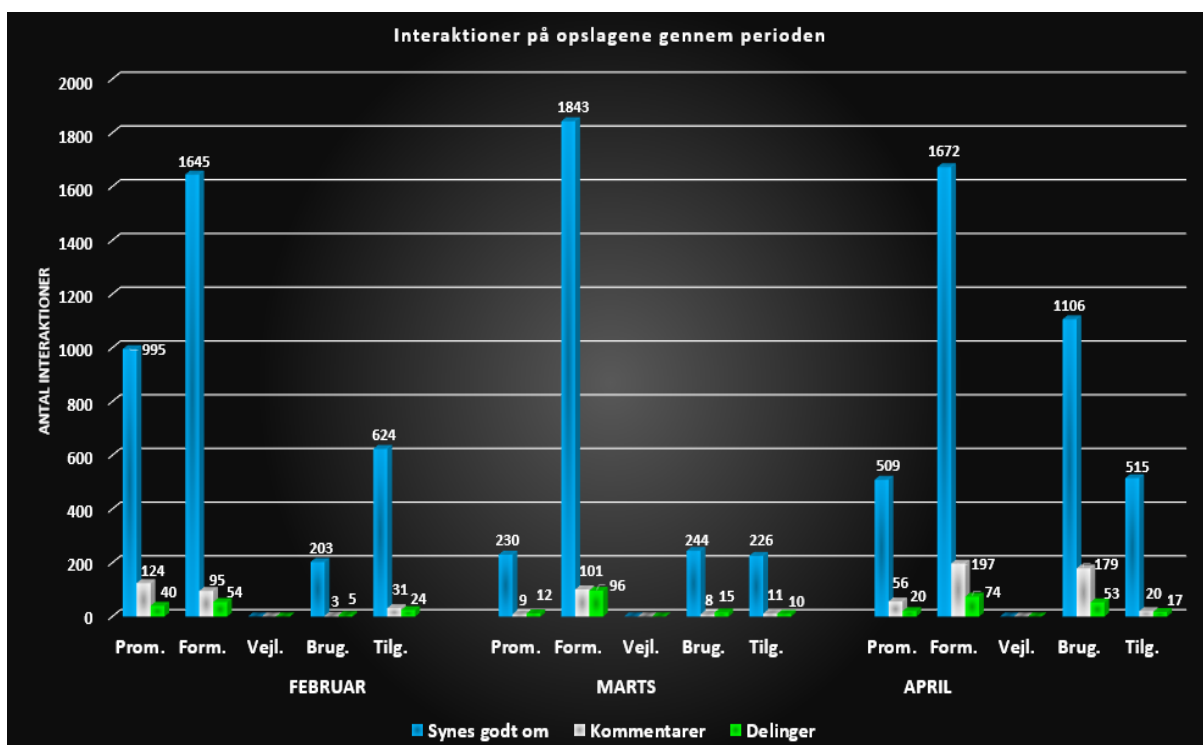
I perioden er der samlet forekommet 20.369 *synes godt om*, 1500 *kommentarer* og 809 *delinger* på Facebook opslagene. I de to nedenstående diagrammer er interaktionerne på opslagene gennem perioden fordelt ud fra tre måneder i hvert enkelt diagram.

³¹⁵ Bilag 13, s. 145, l. 675-679.

³¹⁶ *Ibid.*, s. 145, l. 657-661.



Figur 14.



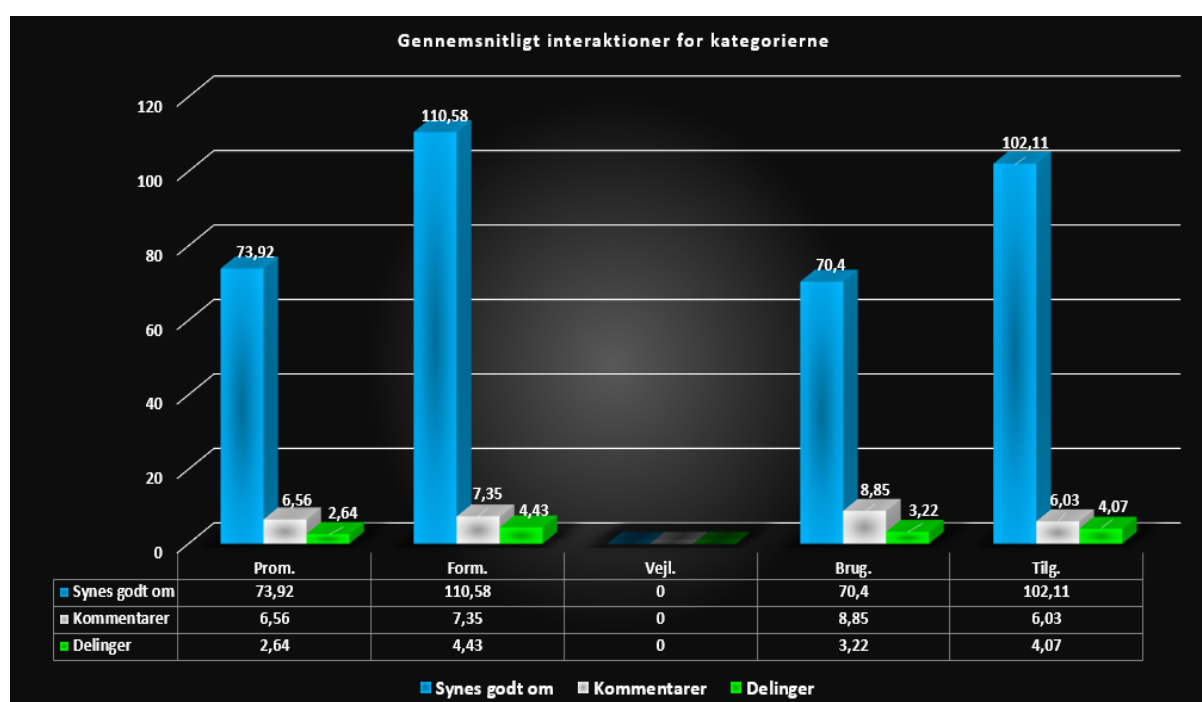
Figur 15.

Ud fra vores kategoriseringer af opslagene kan vi fastslå, at der var flest formidlingsopslag på arkivets Facebook-side, hvilket også er de opslag som har fået flest antal af interaktioner fra

brugerne. Som pointeret, så vurderer arkivet succes ud fra de enkelte opslag, hvor dette primært er ud fra interaktioner som *synes godt om* og man kan ud fra dette konstatere, at formidlingsopslagene ift. interaktioner også er succesfulde for arkivet.

Som nævnt, påpeger Thavlov, at et af de vigtigste formål med formidling for arkivet er at sikre historisk viden om kommunen og vise eksempler på, hvordan arkivets samlinger kan bruges og hvilke historier arkivet rummer. Hertil kan vi understrege, at størstedelen af disse formidlingsopslag netop er med til at opfylde denne målsætning, idet formidlingsopslagene primært omhandler disse tematikker.³¹⁷

Vi vil endvidere som et led af vores analyse vise, hvordan antallet af interaktioner i gennemsnit er fordelt over alle kategoriseringer for opslag i perioden, hvor dette ses i nedenstående diagram.



Figur 16.

Ud fra diagrammet kan vi aflæse, at det gennemsnitlige antal af interaktioner for kategorierne promoverings-, brugerhenvendelses- og tilgængeliggørelsesopslag er høje, om end der er færre af disse kategorier ift. formidlingsopslagene. Alligevel viser dataene, at der er en stor respons i form af interaktioner på disse typer af opslag i den afdækkede periode. Tilgængeliggørelsesopslagene har ud fra *synes godt om* fået et langt højere gennemsnit end både promovering og brugerhenvendelse, hvilket kan være med til at indikere, at arkivet i høj

³¹⁷ Bilag 14, s. 162.

grad modtager flere interaktioner, når arkivet lægger opslag op omhandlende bl.a. henvisninger til arkivets samlinger på Arkiv.dk.

Det gennemsnitlige antal af interaktioner for formidlingsopslagene er højere ift. de andre kategorier, dog med undtagelse af promoveringsopslag der modtager højere interaktioner ud fra *delinger* sammenlignet med de andre kategorier. Man skal dog have i mente, at det høje gennemsnit af interaktioner på formidlingsopslagene bl.a. kan ses ud fra, at arkivets julekampagne fik 3119 *synes godt om* blot på én måned, hvortil man kan fastslå, at kampagnen, ud fra arkivets egen vurdering af succes, i høj grad var succesfuld. I forhold til arkivets ønske om at få brugernes hjælp til at tilføje metadata til deres samlinger, så kan man ud fra diagrammet understrege, at brugerhenvendelses kategorien har det højeste antal interaktioner ift. *kommentarer* på opslagene (8,85), hvor det dermed kan indikeres som succesfuldt for arkivets målsætning. Dette kan også anses som succesfuldt ud fra, at størstedelen af arkivets brugerhenvendelsesopslag, 16 ud af 27, blev lagt op blot i april måned og dermed ses som et resultat af arkivets forøgede aktivitet på Facebook ift. indsamlingen af COVID-19-erindringer.

Arkivet vurderer dermed succeskriterierne for brugen af Facebook ud fra både arkivets Facebook-side og opslagenes antal af *synes godt om* og *følgere*, og ved at sammenligne sig med andre arkivers Facebook-sider. Formidling er en grundlæggende foranstaltning i arkivets virke og dette ses ud fra, at arkivet primært laver formidlingsopslag på Facebook-siden og i denne sammenhæng får flest interaktioner på disse opslag. Dermed opnår arkivet også en vis succes med at formidle indhold fra samlingerne ud til lokalsamfundet.

12.3 Sammenfatning af Silkeborg Arkiv

Silkeborg Arkiv er motiveret af at bruge Facebook, fordi mediet anses for at være et vigtigt redskab ift. at synliggøre sig bredt i lokalsamfundet, idet arkivet ikke er et stort arkiv, og derfor bruger Facebook til at brede arkivets udadvendte virksomhed ud i lokalsamfundet. Arkivet vil gerne være til for alle borgere i kommunen, men ønsker især flere yngre brugergrupper til aktivt at bruge arkivet, dog erkender arkivet, at det har svært ved at nå ud til yngre brugere. Arkivets målsætning med at bruge Facebook er som en del af dets udadvendte virksomhed, hvortil arkivet øger brug og synliggørelse af samlingerne, brugernes hjælp til metadata, at nå ud til nye potentielle brugere, men vigtigst er at bruge Facebook centralt ift. arkivets

formidlingspraksis. Arkivet vurderer aktiviteternes succes på Facebook ud fra de konkrete tal, som arkivet kan se ud fra interaktionerne på opslagene, samt hvor mange der *synes godt om* og *følger* Facebook-siden.

13. KBH Stadsarkiv

Arkivet er Danmarks første oprettede stadsarkiv (1936) og varetager både Københavns Kommunes myndighedsarkivalier samt privatsamlinger om Københavns by og borgere, der er landets største kommune. KBH Stadsarkivs personale er inddelt i følgende afdelinger: publikumsafdelingen, digitalarkivering og papirarkivering. I alt består de tre afdelinger af en stadsarkivar, en afdelingsleder, to teamkoordinatorer, fem arkivarer, otte digitalarkivarer, to udviklere, en arkivbibliotekar, en registrator, en vært, to arkivmedarbejdere, en seniormedarbejder, samt fem studentermedarbejdere.³¹⁸ KBH Stadsarkiv indsamler fra syv forvaltninger i Københavns Kommune. Arkivet hører forvaltningsmæssigt under Kultur- og Fritidsforvaltningen, og herunder er arkivet samlet i afdelingen Historie og Kunst sammen med Københavns Museum, Nikolaj Kunsthal og Thorvaldsens Museum.³¹⁹

Det følgende interview er foretaget med arkivarerne Peter Wessel Hansen og Dorthe Chakravarty fra KBH Stadsarkivs publikumsafdeling, og deres primære ansvarsområde omhandler formidlingen og administreringen af flere af arkivets digitale platforme, bl.a. Facebook samt arkivets udadvendte virksomhed.³²⁰

13.1.1 Arkivets fokus på dets egen gennemsigtighed

Dette afsnit vil klarlægge stadsarkivets holdning og brug af udadvendt virksomhed, eftersom det bl.a. i forskningen er påvist, at dette har en betydning for, hvilken rolle Facebook har i et arkivs praksis. I interviewet kommer holdninger og vurderinger, set ud fra perspektivet, som både Hansen og Chakravarty har i deres afdeling, til udtryk. Dette er vigtigt, da disse er nøglepersoner, der administrerer det meste af stadsarkivets udadvendte virksomhed, og de udtrykker sig derfor på vegne af deres afdeling. Chakravarty understreger, at arkivet har et stort ønske om gennemsigtighed og at gøre op med myterne om, at arkiverne er lukkede og kun brugbare for forskere og historiestuderende, og derfor påpeger hun også, at stadsarkivets rolle er at være til: *"(...) internt i kommunen, hvor stadsarkivet er et redskab, men det er det jo*

³¹⁸ "Om os," konsulteret 5. juli 2020, <https://www.kbharkiv.dk/om-os/ledelse-og-medarbejdere>

³¹⁹ "Om kommunen", konsulteret 5. juli 2020, <https://www.kk.dk/indhold/forvaltninger>

Bilag 16 - Interview 3. juni, 2020 med Peter Wessel Hansen & Dorthe Chakravarty, "KBH Stadsarkiv", s. 175, l. 155-159.

³²⁰ Bilag 16, s. 170.

*også udenfor for folk der ikke er ansatte i kommunen.*³²¹ Arkivet rummer over 40 hyldekilometer arkivalier, stillet op på den smalle led af papiret.³²² Hansen udtrykker, at det er vigtigt for arkivet, at arkivalierne bliver brugt og at folk er opmærksomme på, hvad arkivet kan tilbyde, som er anderledes end andre kulturinstitutioner:

*“Det er jo fordi, at arkivalierne ikke er museumsgenstande, men faktisk er brugsgenstande (...) vi vil gerne have, at de bliver brugt på et eller andet tidspunkt - det kan godt være, at det først er om 100 år, men det er også en vigtig del i at fortælle historierne.”*³²³

Derfor påpeger Hansen også, at det er vigtigt med fri tilgængelighed til materialet, men samtidig prioriterer arkivet også at formidle historier med udgangspunkt i arkivalierne, så brugere bliver opmærksomme på både historier og arkivalier som de måske ikke kendte til eller kunne finde frem til selv:

*“(...) på arkivet har vi tit talt meget om en strategi, der handler om det åbne arkiv eller at åbne arkivet, og det kan man tale om [”] det kan så ske på mange forskellige måder, både at arkivalierne er tilgængelige, men også at man fortæller om arkivalierne enten på hjemmesiden, i foredrag og omvisninger.”*³²⁴

Hansen understreger desuden, at det er vigtigt, at både tilgængeligheden eller tilgængeliggørelsen bliver tænkt sammen med formidlingsdelen, så det er muligt f.eks. at henvise brugere til Starbas eller arkivets andre databaser, hvor de kan finde flere arkivalier, der relaterer sig til f.eks. en artikel, som arkivet har lavet. Derudover er vejledningen af brugerne også vigtig, så de er i stand til at navigere i arkivsamlingerne og forstå principperne bag registreringerne.³²⁵ Både tilgængeliggørelse, vejledning og formidling er derfor også vigtige funktioner ifm. et gennemsigtigt arkiv. Hansen påpeger også, at en kerneopgave for arkivet er, *“At øge kendskabet til København Stadsarkiv, det er i hvert fald noget. At gøre*

³²¹ Bilag 16, s. 179, l. 260-261.

³²² *Ibid.*, s. 174, l. 123-124.

³²³ *Ibid.*, s. 173, l. 91-97.

³²⁴ *Ibid.*, s. 171-172, l. 52-55.

³²⁵ *Ibid.*, s. 187, l. 495-507.

samlingerne mere tilgængelige forstået på den måde, i hvert fald når jeg siger det, at det også handler om formidling og vejledning.”³²⁶

Den udadvendte virksomhed er vigtig for stadsarkivet, da den er med til at øge kendskabet til arkivet og samtidig at tydeliggøre gennemsigtigheden i arkivet ift. at være åbent og vise, at dets samlinger kan være værdifulde samfundsressourcer. Samtidig er vejledning, tilgængeliggørelse og formidling vigtigt ift. den udadvendte virksomhed, og disse begreber bliver anvendt i et sammenspil med hinanden i arkivet, da det styrker deres brug fordi begreberne supplerer hinanden både teoretisk og i praksis.

13.1.2 Synliggørelsen af arkivet for nuværende og fremtidige brugere

Arkivets udadvendte virksomhed hænger sammen med måden som arkivet ønsker at synliggøre sig i samfundet, og stadsarkivet har mange forskellige brugere, men arkivet fokuserer også på, hvordan det skal tiltrække fremtidige brugere og samtidig øge diversiteten i brugergrupperne. Vi har i vores forskningsoversigt bl.a. påvist, ved f.eks. Heyliger, McLoone & Thomas’ undersøgelse, at ønsket om at tiltrække flere brugere kan hænge sammen med aktiviteten og formålene med at anvende Facebook. Derfor skal dette afsnit være med til at klarlægge, hvordan KBH Stadsarkiv anskuer sine brugergrupper, og om Facebook har en rolle i indfangelsen af flere brugere. Arkivets stamgrupper er dem, der typisk er forbundet med arkiverne:

“(...) det vil typisk være forskere, det vil være studerende, specielt især speciale- eller bacheloropgave studerende [””] det kan være det man kan kalde hobby forskere – med et lidt bredere udtryk end slægtsforskere fordi det kan også være folk, der er meget interesseret i bygningshistorie, sporvogne, brandvæsen (...)”³²⁷

Samtidig er der også adskillige en gangs brugere, der er på arkivet for at se deres egen sag, f.eks. hvis de har været på børnehjem i København og vil finde informationer om det.³²⁸ Om

³²⁶ Bilag 16, s. 180, l. 280-282.

³²⁷ *Ibid.*, s. 180-181, l. 305-308.

³²⁸ *Ibid.*, s. 181, l. 310-314.

end der er adskillige af de traditionelle brugere, så er arkivets brugersegmenter brede, og arkivet er også opmærksom på, at det skal forsøge at ramme mange typer af brugere, hvilket også hænger sammen med arkivets ønske om gennemsigtighed og demokratisering af arkivet: *“Og hvem er målgruppen egentlig, det er ikke særligt skrevet ned og selvom det ikke står i arkivloven, så har vi helt klart en forpligtelse på et eller andet sted [”] altså at komme så bredt ud som man overhovedet kan.”*³²⁹ Derudover laver arkivet også en række tiltag, der har fokus på fremtidige generationer, og derfor laver arkivet også en række undervisningstilbud, der ikke kun omhandler universitetsstuderende:

*“(...) altså skoleeleverne er jo som sådan ikke en kernemålgruppe, men når det så er sagt, så er der jo interessante projekter som Peter bl.a. står for, som faktisk er henvendt til dem. Det er jo fordi det er meget vigtigt, for det første er der en historie for dem, men for det andet skal vi jo også give noget til fremtidens arkivbrugere.”*³³⁰

For at gøre arkivet mere synligt i samfundet og vise nye brugere, hvad de kan bruge arkivet til, er det også vigtigt for arkivet med en udadvendt virksomhed: *“(...) den her udadvendthed, den er jo utrolig vigtig fordi det er ikke bare sådan skrevet ind i alle københavnernes dåbsattester, at de kender stadsarkivet, altså vi skal ud at fortælle om det her sted.”*³³¹ Dette er også i håb om, at der kommer flere brugere, og gerne nye: *“(...) folk, der ikke kender stadsarkivet og dem er der trods alt også nogle stykker af, som jo selvfølgelig også skal oplyses om det her stadsarkivs muligheder og relevans for dem, om det så er skoler eller bare almindelige nysgerrige, studerende osv.”*³³² Selvom det er vigtigt for arkivet at få nye brugere og skabe en større diversitet i sine nuværende brugergrupper, så handler det ikke om for arkivet blot at få flere brugere indfanget:

“(...) altså på den måde er arkivet jo ikke et mediehus, vi skal jo ramme dem, der er interesseret i at komme til os, og så er der jo den her fantastiske, og det skal man også tænke på – det har været lidt af en øjenåbner for mig, det her er jo ikke et museum eller et mediehus. Det gælder ikke om [”] altså kvalitetsstempelen her er jo ikke bunker af brugere, det er jo at man dækker

³²⁹ Bilag 16, s. 182, l. 356-358.

³³⁰ *Ibid.*, s. 182, l. 353-356.

³³¹ *Ibid.*, s. 179, l. 257-259.

³³² *Ibid.*, s. 178-179, l. 250-253.

sine kerneydelser ind og det er jo det her med at indsamle, bevare og alle de her ting, og så er der selvfølgelig også den her formidlingsdel i det, men det er en del af en større pakke.”³³³

Arkivet anvender derfor heller ikke Facebook med fokus på at indfange nye og yngre brugere. Selvom arkivet er interesseret i få flere, *synes godt om og følgere* på Facebook, så handler det ikke blot om tallene, men derimod om interessen fra de brugere, der vælger at følge dem.³³⁴

13.1.3 Arkivets strategiske overvejelser for brugen af Facebook

KBH Stadsarkiv er det stadsarkiv, der har flest *synes godt om og følgere* på deres Facebook-side med henholdsvis 6597 og 6683.³³⁵ Facebook-siden danner derfor basis for, at mange af sidens brugere ser og kan interagere med de opslag, som arkivet lægger op. Som det blev påvist i forskningsoversigten, understregede adskillige forskere ud fra deres egne erfaringer og undersøgelser af praksis, bl.a. Lawrimore samt Liew, King & Oliver, at det var yderst vigtigt at have en strategi for, hvordan arkiverne anvender Facebook. Alligevel arbejder KBH Stadsarkiv ikke efter en konkret strategi, ift. hvad Facebook-siden bliver brugt til: *“Det kan jeg sige med det samme, det gør vi ikke. [”] altså det kunne vi sikkert godt, men det forekommer ikke at være nogle ambitioner om (...)”*³³⁶ En af forklaringerne til dette, giver Chakravarty og påpeger selv, at brugerne på arkivets Facebook-side har en stor diversitet og brugerne reagerer på mange forskellige ting, hvilket kan gøre det svært at skabe en egentlig systematik på Facebook-siden:

“(...) det som brugerne reagerer på, det er alt muligt, altså der er simpelthen ikke en rød tråd i det, og det tror jeg siger meget om den her målgruppe, at den er så rigt facetteret som den er.”³³⁷

Denne store diversitet i brugerne på arkivets Facebook-side besværliggør som sagt at lave en systematik i tiltagene på Facebook-siden, og hvordan indholdet kan målrettes, men dette understreger derfor også, hvorfor det er vigtigt at lave en strategi for, hvordan Facebook-siden

³³³ Bilag 16, s. 190, l. 567-573.

³³⁴ *Ibid.*, s. 191, l. 603-612.

³³⁵ “KBH Stadsarkiv”, konsulteret 28. juni 2020, <https://www.facebook.com/kbharkiv>

³³⁶ Bilag 16, s. 188, l. 519-520.

³³⁷ *Ibid.*, s. 188, l. 523-525.

skal anvendes. Chakravarty understreger dog, at arkivet arbejder efter nogle strategiske målsætninger, om end de ikke er decideret nedskrevet og inkorporeret i en egentlig strategi:

“(...) der er jo også nogle overvejelser, det er jo ikke helt ud i det blå at det kører [””] vi bruger bl.a. Facebook og vores nyhedsbrev til at dække vores historier som vi skriver og trækker ud af arkivet og til at dække vores arrangementer. Altså de skal dække vores udadvendte virksomhed i det hele taget, så strategien er at få de her budskaber ud.”³³⁸

Chakravarty påpeger altså, at arkivet især anvender Facebook til at understøtte arkivets generelle udadvendte virksomhed og i særlig grad at dække arkivets forskellige arrangementer og oplyse brugerne om disse via deres Facebook-side. Det er primært Chakravarty, der er ansvarlig for at lægge opslag op på Facebook-siden, men selve opslagernes indhold, deles flere af arkivarerne i publikumsafdelingen om at skabe. Samtidig er det primære fokus, at de opslag, som arkivet lægger op på Facebook-siden, har indhold, der fremhæver arkivets samlinger. Dette er i særlig grad tilfældet ved forskellige begivenheder, hvor foredrag, rundvisninger etc. danner rammerne omkring arkivalier og deres indhold.³³⁹

13.2.1 Vores kategoriseringer af opslagene på Facebook-siden

I perioden fra november 2019 til april 2020 har KBH Stadsarkiv lagt 54 opslag op på deres Facebook-side, der fordeler sig forskelligt over månederne, der er vist i bilag 17.³⁴⁰ Dette afsnit vil klarlægge indholdet ud fra vores kategoriseringer samt antallet og fordelingen af disse for perioden. Vores kategoriseringer af opslagene, viser også en klar sammenhæng med det, som Chakravarty påpeger i interviewet, netop at arkivets Facebook-side er med til at understøtte den generelle udadvendte virksomhed fra arkivets side, der i særlig grad er fokuseret på formidling af historier fra arkivet, som dets medarbejdere har lavet i forskellige sammenhænge.³⁴¹ Desuden er der adskillige opslag, der understøtter arkivets arrangementer, der gennem forskellige opslag bliver promoveret og fremhævet.³⁴²

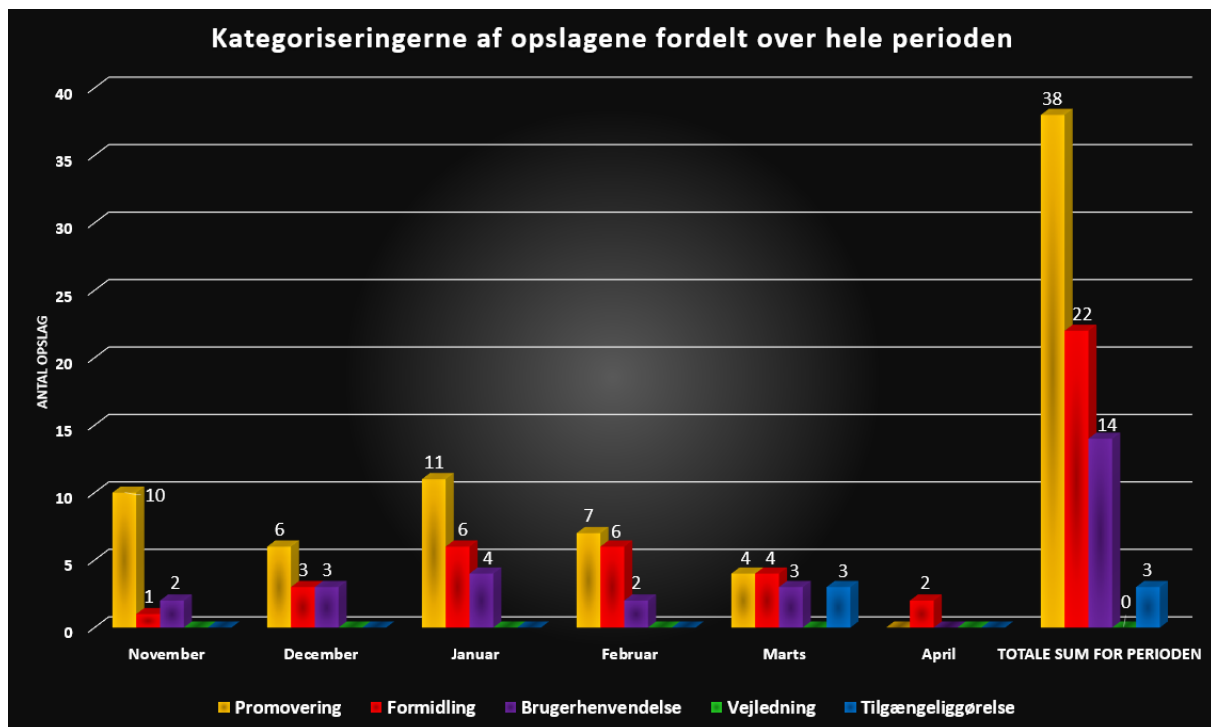
³³⁸ Bilag 16, s. 188, l. 528-531.

³³⁹ *Ibid.*, s. 189, l. 551-552.

³⁴⁰ Bilag 17 – Kategorisering af indholdet på KBH Stadsarkivs Facebook-side, foretaget d. 2. maj 2020, s. 190-194.

³⁴¹ *Ibid.*, s. 194-198.

³⁴² *Ibid.*, s. 194-198.



Figur 17.

I løbet af perioden er det tydeligt, at promoveringsopslagene er dominerende med undtagelse i marts måned, hvor det udlignes sammen med formidlingsopslagene, og i april hvor arkivet blot har lagt to opslag op på deres Facebook-side for hele måneden, hvilke var formidlingsopslag. Ud af 38 promoveringsopslag for perioden indeholder 28 af opslagene informationer om kommende begivenheder for KBH's Stadsarkiv, og disse er bl.a. begivenheder for udstillinger, tastecaféer og samarbejde med områdets skoler, hvilket også betyder, at en stor del af de 28 opslag, der promoverer begivenheder, indeholder dele af formidling og vejledning.³⁴³ I interviewet understreger Chakravarty også, at arkivets Facebook-side i særlig grad benyttes til at bringe nyhedshistorier om nye tiltag og begivenheder, som arkivet laver.³⁴⁴ Derfor sker der også et naturligt fald i antallet af promoveringsopslag i marts, og de udebliver i april, eftersom arkivet har været nødsaget til at aflyse sine planlagte begivenheder pga. COVID-19. Månederne november og januar skiller sig særligt ud i forhold til antallet af promoveringsopslag og for november skyldes det, at arkivet har lavet en ny udstilling i Københavns rådhus, hvor arkivet også har arrangeret en række byvandring. I januar laver arkivet særligt mange opslag, der promoverer kommende begivenheder for de

³⁴³ Bilag 17, s. 194-198.

³⁴⁴ Bilag 16, s. 183, l. 368.

første fire måneder af 2020, men som senere aflyses.³⁴⁵ Hansen understreger, at begivenhederne er vigtige for arkivet: *“Det er også noget af det som hele vores arrangementsdel henvender sig til – almindelige historieinteresserede, som er et rigtig stort segment.”*³⁴⁶

I modsætning til de mange promoveringsopslag, så er der kun to tilgængeliggørelsesopslag for perioden, hvor disse henviser til arkivets databaser som f.eks. KBH-billeder, men ud fra, at der er 22 formidlingsopslag, så er der ingen af disse formidlingsopslag, hvor arkivet direkte henviser til en af dets databaser i selve Facebook opslagene eller begivenheden sammen med formidlings indholdet. Der er dog nogle af opslagene, som vi har kategoriseret som værende formidling, der viser et uddrag fra en eller flere større artikler, som arkivet har lavet om byhistoriske emner ud fra arkivalierne, hvor arkivet henviser til dets databaser. Disse henvisninger ligger dog ikke i Facebook opslagene, som vi udelukkende har kategoriseret indholdet ud fra, men derimod som en del af hele artiklen på arkivets hjemmeside.

Selvom der ikke forekommer opslag ud fra vores kategoriseringer, der er direkte vejledningsopslag, så påpeger Hansen bl.a. i interviewet, at arkivet teoretisk tænker og anvender begreberne tilgængeliggørelse, vejledning og formidling sammen, hvilket også resulterer i, at meget af arkivets vejledningsmateriale ligger som en del af søgeindgangene i arkivets databaser f.eks. på Starbas, hvor Hansen mener, de er mest relevante, hvilket er med til at understrege, hvorfor Facebook f.eks. ikke bliver brugt til at lave vejledningsopslag.³⁴⁷

I perioden er der fordelt brugerhenvendelsesopslag over alle måneder med undtagelse af april, hvor arkivet retter særlig fokus på dets indsamlingskampagne af pensionisterindringer, hvor det sidste brugerhenvendelsesopslag forekommer d. 11. marts. Om end arkivet fokuserer på at indsamle erindringer fra brugerne, så forekommer der ingen indsamlingskampagne senere i marts eller april.³⁴⁸

Kategoriseringerne af opslagernes indholdstyper på stadsarkivets Facebook-side viser altså, at det i høj grad er promoveringsopslag, der er den dominerende kategori i perioden, hvori disse

³⁴⁵ Bilag 17, s. 194 & 198.

³⁴⁶ Bilag 16, s. 183, l. 373-374.

³⁴⁷ *Ibid.*, s. 177-178.

³⁴⁸ Bilag 17, s. 194-195.

opslag understøtter forskellige arrangementer, som arkivet laver fysisk i form af foredrag, omvisninger, udstillinger etc.³⁴⁹

13.2.2 Stadsarkivets evaluering og vurdering af succes

Antallet af interaktioner, som opslagene på Facebook får af brugerne, indikerer overordnet, hvad brugernes holdninger til opslagene er, hvilket er klarlagt i forskningsoversigten, og derfor har denne også påpeget, at mange arkiver vurderer deres egen succes ud fra antallet af interaktioner, om end de kun giver nogle overordnede indikatorer for, hvorfor brugerne f.eks. har valgt at *synes godt om* et opslag. Ud fra dette er det derfor relevant at klarlægge, hvordan KBH Stadsarkiv vurderer og evaluerer dets egen succes på Facebook-siden.

Hansen påpeger, at det ikke udelukkende handler om antallet af interaktioner på arkivets Facebook-side, men til gengæld er det vigtigste for arkivet, at de brugere, der vælger at være til stede på Facebook-siden og følger arkivets aktiviteter, er tilfredse med det som arkivet lægger op.³⁵⁰ Det er altså selve opslagenes indhold, der er vigtige for arkivet, og hvis det kommer de brugere, der *følger* Facebook-siden, til gavn, så er det en succes for arkivet. Dette er dog svært at afgøre uden at lave brugerundersøgelser, hvilket arkivet også førhen har lavet, men den sidste er tilbage fra 2016, og der var fokuset ikke rettet mod Facebook, men mere overordnet arkivets netjenester.³⁵¹ Til gengæld påpeger Chakravarty i interviewet, at arkivet måler aktiviteten fra brugernes side i form af antal besøg og interaktioner, *“Det gør vi ved at gå ind og tjekke tallene og det bliver registeret [”] og det er sådan set det. De tal som vi kan tage fra Facebook (...)”*³⁵² Disse tal er altså med til at vise, hvor mange der til dels har set et opslag, og ud fra dette, hvor mange af dem, der har set opslaget, der har valgt at reagere på det i form af en interaktion. Dette er, som forskningen også klarlagde, en nem måde for brugerne at tilkendegive deres holdninger, og samtidig er det nemt og ressourcebesparende for arkivet at måle og vurdere succes på denne måde.

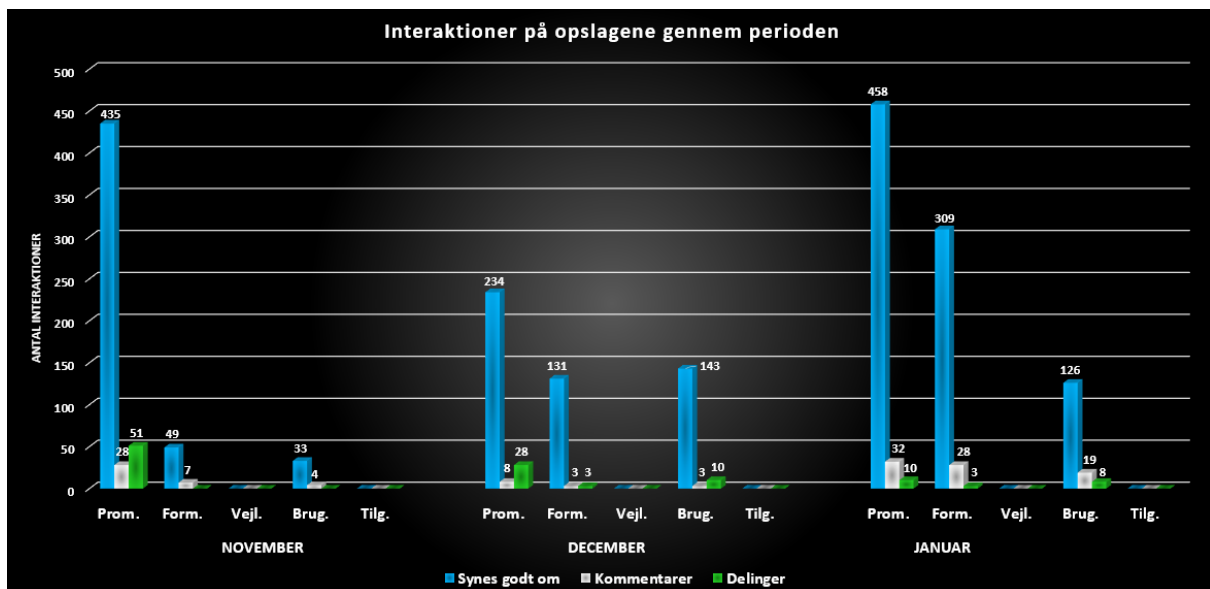
De følgende to diagrammer viser antallet af interaktioner, som arkivets opslag har fået gennem perioden fordelt på de fem kategorier.

³⁴⁹ Bilag 17, s. 196.

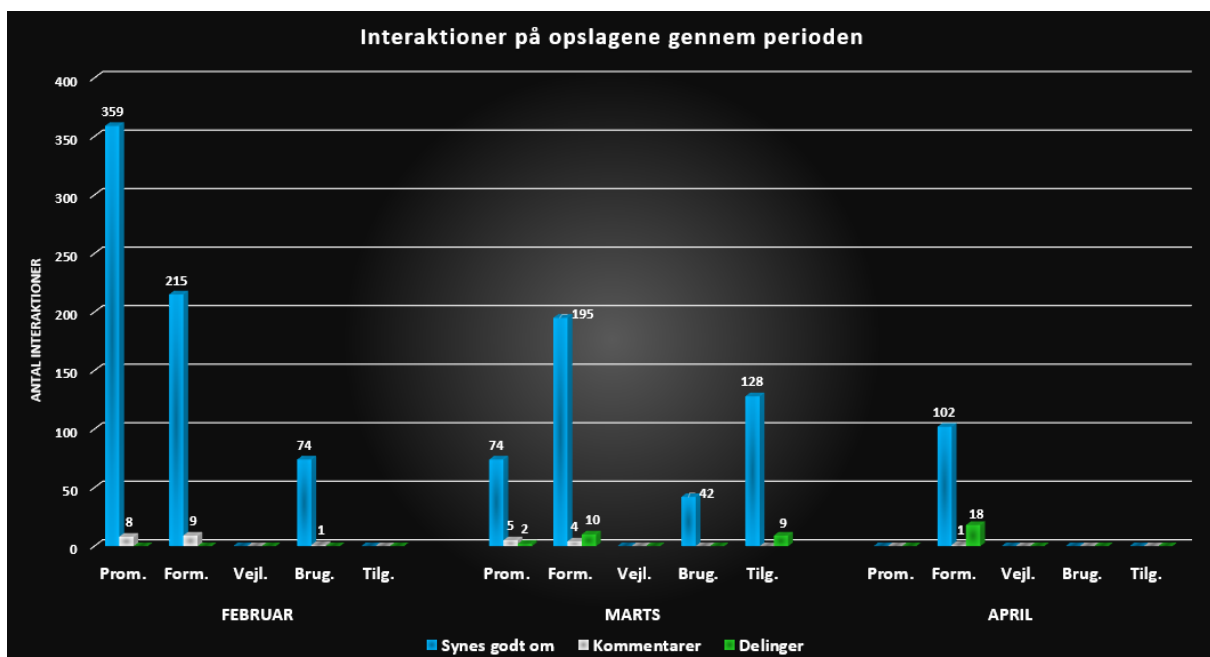
³⁵⁰ Bilag 16, s. 191, l. 598-610.

³⁵¹ *Ibid.*, s. 191.

³⁵² *Ibid.*, s. 190, l. 581-583.



Figur 18.

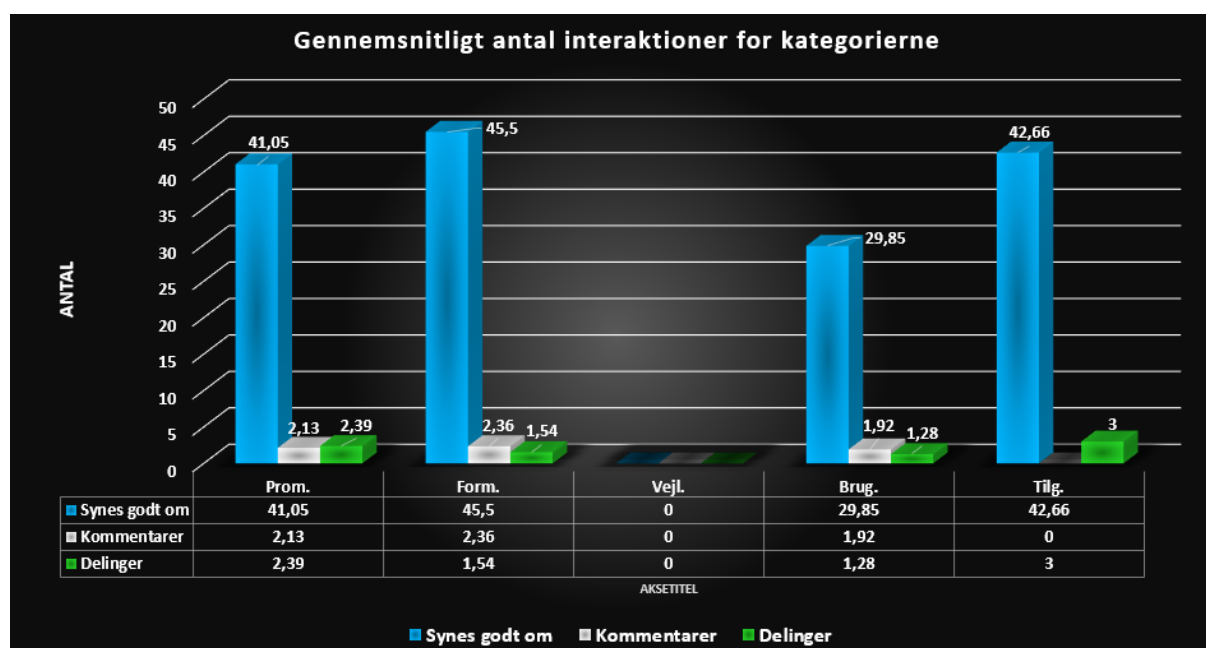


Figur 19.

Ud fra Chakravartys uddybelse af arkivets strategiske overvejelser omkring brugen af Facebook, om end der ikke er en konkret strategi, er meningen, at Facebook-siden overordnet skal understøtte arkivets udadvendte virksomhed, men i særlig grad nyheds- og arrangementsdelen, hvilket også understøtter mængden af promoveringsopslag, som vi fandt frem til på Facebook-siden i perioden.³⁵³ Det er også disse opslag, der får det største antal interaktioner, især i form af *synes godt om*. Til gengæld skaber promoveringsopslagene et

³⁵³ Bilag 17, s. 196.

begrænset antal af både *kommentarer* og *delinger*, hvilket betyder, at få brugere deler arkivets promoveringsopslag af de forskellige arrangementer, som arkivet laver. Promoveringsopslagene i november genererer dog et højere antal *kommentarer* og *delinger* end de andre måneder, og dette er især ifm. arkivets udstillinger og omvisninger i rådhushallen.³⁵⁴ Selvom der er flest promoveringsopslag, så får formidling, brugerhenvendelse og tilgængeliggørelsesopslagene også et højt antal interaktioner ift. det generelle antal og fordelingen af interaktioner på opslagene. Dette tydeliggøres i nedenstående diagram, der viser i gennemsnit, hvor mange interaktioner de forskellige opslags kategorier fik i perioden.



Figur 20.

Selvom der forekom flest promoveringsopslag i perioden, så viser diagrammet over det gennemsnitlige antal interaktioner, at både promovering, formidling og brugerhenvendelses opslagene får mange interaktioner. Til gengæld viser diagrammet også, at om end der blot er tre tilgængeliggørelsesopslag i perioden ud fra vores kategoriseringer, så får disse opslag et højt antal interaktioner.

Alligevel er antallet af interaktioner, som alle stadsarkivets opslag har fået gennem perioden forholdsvis lavt, ift. at arkivets Facebook-side som sagt har 6597 *synes godt om* og 6683 *følgere*. Som det blev klarlagt i redegørelsen for Facebooks funktioner og struktur,

³⁵⁴ Bilag 17, s. 194-195.

betyder disse antal *synes godt om* og *følgere*, at arkivets opslag i princippet bliver vist for dette antal, hver gang arkivet lægger et opslag op på Facebook. Alligevel genererer promoveringsopslagene i gennemsnit blot 41,05 *synes godt om*. Disse tal viser altså også, at brugerne på arkivets Facebook-side i et begrænset omfang tilkendegiver deres holdninger digitalt på Facebook-siden i form af enten *synes godt om*, *kommentarer* eller *delinger* ud fra alle opslags kategorier. Til gengæld påpeger Hansen bl.a., at arkivet ikke blot vurderer og måler succesen ud fra antallet af interaktioner på opslagene, men derimod at opslagene bidrager med historisk indhold til brugerne, og at opslagene er med til at understøtte arkivets arrangementer. Samtidig skal det understreges, at f.eks. arkivets promoveringsopslag kan være set af mange brugere på Facebook-siden, og at mange af disse vælger at tage til og deltage i et eller flere arrangementer, men at de blot ikke reagerer på arkivets opslag i form af interaktioner.

Selvom stadsarkivet gerne vil have en vis brugeraktivitet på Facebook-siden i form af interaktioner på de forskellige opslag, så er det ikke udelukkende det, som succesen af aktiviteterne på Facebook vurderes ud fra. Arkivet fokuserer netop på, at kendskabet til institutionen bliver udbredt.

13.3 Sammenfatning af KBH Stadsarkiv

Stadsarkivet fokuserer på at skabe et gennemsigtigt arkiv, så borgerne ved, hvad arkivets rolle og arbejdsopgaver er og samtidig, hvordan borgerne kan benytte arkivet. Den udadvendte virksomhed er central i at demokratisere arkivet og facilitere for nuværende brugere og potentielle nye brugere. Arkivets brug af Facebook er med til at understøtte denne udadvendthed, men især med fokus på at promovere arkivets arrangementer f.eks. i form af foredrag, omvisninger etc. Arkivet vurderer ikke Facebook-sidens succes ud fra antallet af interaktioner, som Facebook-sidens opslag får, men til gengæld anvender arkivarerne antallet af interaktioner som indikatorer for brugernes holdninger til opslagene.

Del V

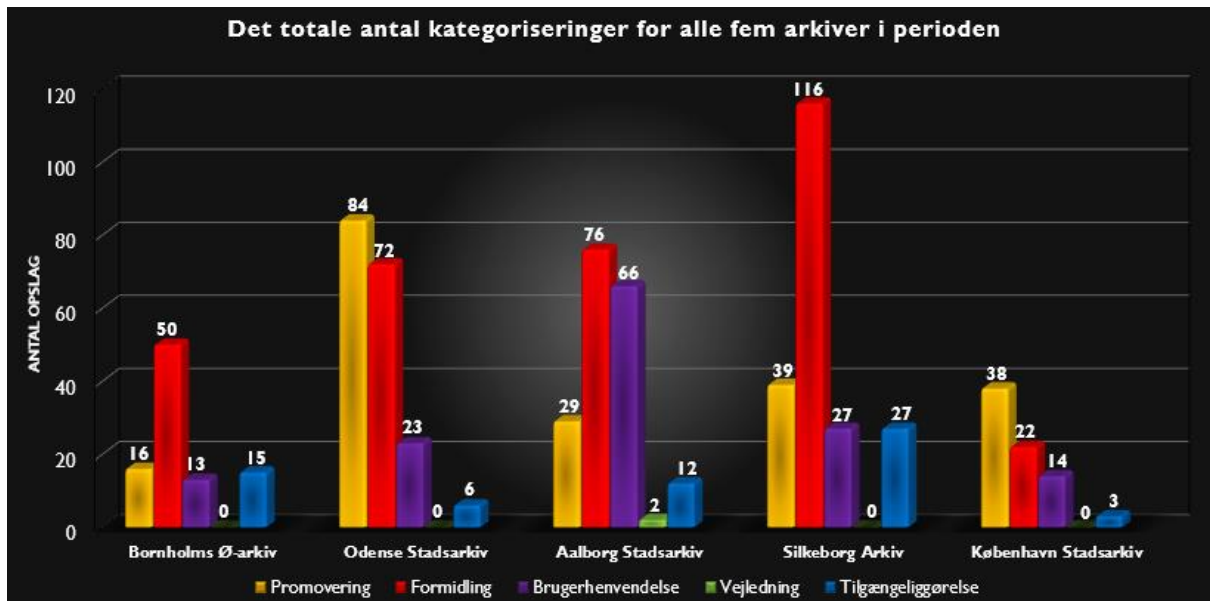
14. Stadsarkivernes delvise strategier og Facebook opslagenes indholdstyper

Stadsarkiverne er enige om, at Facebook er et vigtigt redskab til både at synliggøre institutionerne og facilitere for nuværende brugere samt nye brugere. Selvom der er mange ligheder mellem deres brug af Facebook, så afviger deres anvendelse af Facebook på flere punkter, især ifm. antallet af opslag, som de lægger op, samt hvordan disses indholdstyper fordeles sig og dette er i høj grad afspejlet i arkivernes strategiske målsætninger, evaluering og vurdering af succes samt fremtidige visioner om brugen af Facebook. I dette afsnit vil vi klarlægge disse forskelle og ligheder, der vil blive præsenteret og diskuteret arkiverne imellem og ud fra, hvad forskningen bl.a. har understreget, er vigtigt at have in mente ift. at bruge Facebook.

14.1 Sammenhængene mellem arkivernes strategier og målsætninger med deres brug af Facebook og opslagenes kategoriseringer

Stadsarkiverne, som vi undersøgte, arbejdede på forskellige niveauer ift. anvendelse af strategier eller strategiske overvejelser på Facebook-siderne. Det er derfor nødvendigt at klarlægge disse forskellige holdninger til, hvorfor en strategi er nødvendig eller ikke.

Selvom arkiverne kun delvist arbejder efter strategier, så afspejler vores kategoriseringer af deres opslags indholdstyper, at arkiverne aktivt laver tiltag og målretter indholdet til at opfylde deres målsætninger, som de selv fremsætter er vigtige ift. deres brug af Facebook. Vi viser i nedenstående diagram det samlede antal af opslag for hvert arkiv i perioden, og hvordan disse er kategoriseret og fordelt.



Figur 21.

Diagrammet afspejler en stor diversitet i fordelingen af antallet af kategorierne på opslagene, men dette kan vi fastlægge hænger sammen med arkivernes målsætninger for brugen af Facebook. Om end arkiverne kun delvist arbejder efter konkrete strategier, så har de alle forskellige strategiske målsætninger ift. deres brug af Facebook. Desuden afspejler deres opslags indholdstyper, ud fra vores kategoriseringer, også direkte handlinger for at opnå deres målsætninger og samtidig får disse indholdstyper, der afspejler deres målsætninger, også mange interaktioner fra brugerne.

Bornholms Ø-arkiv vil bruge Facebook til at øge kendskabet til arkivet for nye og yngre brugere og udbrede en større lokalhistorisk bevidsthed i kommunen. Ud fra diagrammet vises det også, at arkivet laver flest formidlingsopslag, som kan sættes i relation til deres målsætning, dog er det hovedsageligt arkivets julekalender, der får antallet af formidlingsopslag til at stige.³⁵⁵ Denne indholds kategori har som beskrevet fået et samlet antal på 1246 *synes godt om*, 85 *kommentarer* og 108 *delinger* og i gennemsnit fik de 23,9 *synes godt om*, 1,5 *kommentarer* og 2,08 *delinger*.

Odense Stadsarkiv vil bidrage med oplysninger og informationer, der kan give brugerne en øget historisk forståelse. Arkivet vil ikke gå på kompromis med dette for f.eks. at få flere *synes godt om* eller *følgere* på siden. Dette viser sig altså, i at mange af deres opslag kunne kategoriseres som værende promovering og formidling, netop ved at de lægger fotos op af f.eks. tidl. erhverv i kommunen for at øge en historisk bevidsthed, men også for

³⁵⁵ Bilag 4, s. 31.

promoveringen af Odensebogen.³⁵⁶ Disse indholds kategorier har som tidl. nævnt for deres promovering fået et samlet antal på 4674 *synes godt om*, 244 *kommentarer* og 647 *delinger* og dertil fik de i gennemsnit 55,64 *synes godt om*, 2,9 *kommentarer* og 7,7 *delinger*. Endvidere har formidling fået et samlet antal på 3764 *synes godt om*, 236 *kommentarer* og 751 *delinger* samt et gennemsnit på 52,27 *synes godt om*, 3,27 *kommentarer* og 10,43 *delinger*. Dermed har formidling i gennemsnit fået flere interaktioner fra brugerne ift. *kommentarer* og *delinger* end ved promoveringsopslagene.

Aalborg Stadsarkiv vil med Facebook vise deres samlinger til brugerne og få brugernes hjælp til at tilføje metatekst til samlingerne. Desuden bruger arkivet Facebook som et *broadcasting* aspekt for at nå bredt ud blandt brugerne. Dette kan også uddrages fra diagrammet, idet at arkivet laver flest formidlings- og brugerhenvendelsesopslag, dog bliver størstedelen af disse opslag lavet ifm. bl.a. arkivets julekalender, men særligt under COVID-19, hvor arkivets digitale arbejde blev forøget.³⁵⁷ Disse indholds kategorier har som tidl. beskrevet fået et samlet antal på 2987 *synes godt om*, 394 *kommentarer* og 120 *delinger* for formidlingsopslagene og hertil fik de i gennemsnit 39,82 *synes godt om*, 4,54 *kommentarer* og 1,6 *delinger*. Ligeledes har brugerhenvendelses fået et samlet antal på 1675 *synes godt om*, 365 *kommentarer* og 58 *delinger* og dertil et gennemsnit på 25,37 *synes godt om*, 5,53 *kommentarer* og 0,87 *delinger*.

Silkeborg Arkiv ønsker at forøge brugen af samlingerne og dertil også synliggørelsen af samlingerne med et fokus på et yngre brugersegment og brugernes hjælp til at tilføje metadata. Arkivet har et centralt fokus på formidling til brugerne, som de anser som en vigtig prioritet. Størstedelen af arkivets opslag er formidlingsopslag, hvilket også stemmer overens med dets målsætning for brugen af Facebook, hvilket indikerer, at arkivet har fundet en metode, der virker, eftersom formidlingsopslagene har fået 12.828 *synes godt om* i perioden.³⁵⁸ Derudover fik denne kategori et samlet antal på 754 *kommentarer* og 514 *delinger* og i gennemsnit fik de 110,58 *synes godt om*, 7,35 *kommentarer* og 4,43 *delinger*.

KBH Stadsarkiv vil anvende Facebook til primært at understøtte sine arrangementer og vise dele af samlingerne ud til brugerne og dermed skabe synlighed for arkivet og dets samlinger. Hovedparten af opslagene kan kategoriseres som værende promovering, hvilket

³⁵⁶ Bilag 7, s. 64-67.

³⁵⁷ Bilag 10, s. 109-116.

³⁵⁸ Bilag 14, s. 155-164.

også kan forklare det lavere antal af opslag, fordi arkivet primært laver opslag, når det har arrangementer at promovere.³⁵⁹ Promoveringens indholds kategori har som beskrevet fået et samlet antal på 1560 *synes godt om*, 81 *kommentarer* og 91 *delinger* og i gennemsnit fik de 41,05 *synes godt om*, 2,13 *kommentarer* og 2,39 *delinger*.

I forhold til vejledning gør arkiverne primært dette på læsesalen og ifm. vejledningsguider i databaserne, idet både Bornholms Ø-arkiv og Aalborg Stadsarkiv påpeger, at de ikke må vejlede på Facebook pga. GDPR-reglerne.³⁶⁰ Silkeborg Arkiv er det eneste arkiv, som tilbyder en vejledning på Facebook ift. en vejledningsfunktion i form af en Messenger-chatboks. Dette er kontroversielt, ift. Aalborg Stadsarkivs og Bornholms Ø-arkivs argument vedr. GDPR-reglerne. Alligevel kan arkivet vejlede på andre måder end ved at svare på direkte forespørgsler. Dette er understreget af Jensen & S. H. Jensen, der påpeger, at vejledning også kan omhandle guider, der informerer brugerne om arkivernes intellektuelle opbygning.³⁶¹

I vores forskningsoversigt har vi klarlagt, at forskere som Heyliger, McLoone & Thomas påpeger, at det er vigtigt, at arkiverne har en strategi for brugen af Facebook, fordi det er med til at systematisere indholdet på Facebook-siderne og præcisere det til at opfylde konkrete målsætninger, og dermed anvender arkiverne også ressourcerne, som de bruger på Facebook, mest effektivt.³⁶² Lawrimore påpeger desuden, at denne systematisering skal desuden fastsætte, hvor mange opslag arkiverne lægger op på ugentlig basis, hvilket indhold opslagene skal have og hvad fordelingen i indholdstyperne skal være, og samtidig hvordan de forskellige opslag kan bidrage til at nå forskellige målsætninger.³⁶³

Odense- og Aalborg Stadsarkiv er de arkiver, der er tættest på at have klarlagte strategier for deres anvendelse af Facebook, modsat stadsarkiverne fra Bornholm, Silkeborg og København, der alle påpeger, at de har strategiske overvejelser, ift. hvad deres anvendelse af Facebook skal bidrage med, men at de på nuværende tidspunkt ikke finder det relevant for deres arkiv at have en formaliseret strategi. Arkivarerne, som vi har interviewet fra disse arkiver, påpeger

³⁵⁹ Bilag 17, s. 194-197.

³⁶⁰ Bilag 9, s. 103.

Bilag 3, s. 27.

³⁶¹ Jensen & S. H. Jensen, *op. cit.* (2004) s. 4.

³⁶² Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 384.

³⁶³ Lawrimore, *op. cit.*, s. 12-13.

desuden, at selvom de ikke har nogen konkrete strategier, så har de nogle klare strategiske målsætninger de ønsker at opfylde ved at bruge Facebook. Silkeborg Arkiv og KBH's Stadsarkiv er f.eks. de arkiver, der har flest *synes godt om* og *følgere* på deres Facebook-sider af alle danske stadsarkiver. Dette indikerer desuden, at både Silkeborg Arkiv og KBH's Stadsarkiv har en stor brugertilslutning på Facebook-siderne, om end arkivernes aktiviteter ikke er systematiseret i en strategi. KBH Stadsarkivs Facebook-side afspejler dog en markant lavere aktivitet ift. opslag, der er lagt op og fra brugerne i form af interaktioner, end ved Silkeborg Arkiv. Ydermere er Silkeborg Arkivs tilgang til- og brug af Facebook derfor også et eksempel på, at arkiverne ikke nødvendigvis skal have en strategi for at anvende mediet for, at det kan opnå dets målsætninger. Desuden har Silkeborg Arkiv blot to arkivarer og en arkivassistent ansat, og derfor har arkivet heller ikke en stor medarbejderstab at trække på.

Chakravarthy understreger, at KBH Stadsarkiv ikke er et mediehus, og at det ikke handler om at få så højt et brugerantal på Facebook som muligt.³⁶⁴ I stedet har arkivet en målsætning om, at Facebook-siden skal bruges til at understøtte arkivets arrangementer og promovere disse, og for at opnå denne målsætning, understreger hun, at arkivet ikke har brug for en strategi. Alligevel har Facebook-siden 6597 *synes godt om* og 6683 *følgere*, hvilket er det højeste antal af alle danske stadsarkiver, men dette skal også sættes i forhold til, at Københavns kommune er landets største, der danner fundamentet for, at arkivets tilslutning på Facebook er større end andres.³⁶⁵

Om end både Odense- og Aalborg Stadsarkiv har delvise Facebook strategier, så er de ikke sat i systemer, der f.eks. præciserer, hvor mange opslag om ugen, de lægger op. Til gengæld er de bevidste om, hvordan opslagernes indholdstyper er med til at afspejle deres strategier, eftersom det især er promovering, formidling og brugerhenvendelse, der er i fokus for begge arkiver, hvilket vores kategoriseringer af deres opslag i den afdækkede periode også viser.

Selvom forskningen påpeger, at det er vigtigt at arbejde efter en strategi på Facebook, så viser vores analyser af stadsarkiverne også, at det ikke nødvendigvis er tilfældet for alle arkiver, hvilket især Silkeborg Arkiv er et eksempel på, eftersom arkivet, på trods af manglende strategi og en lille medarbejderstab, formår at have en stor tilslutning på arkivets Facebook-side og samtidig opretholde en høj frekvens ift. antal af opslag, der bliver lagt op på siden.

³⁶⁴ Bilag 16, s. 190.

³⁶⁵ Heyliger, McLoone & Thomas, *op. cit.*, s. 395.

Alligevel påpeger Heyliger, McLoone & Thomas i deres undersøgelse, at en af fordelene ved at have en konkret strategi er, at arkivet kan systematisere opslagene og indholdstyperne til forskellige brugergrupper, hvilket kan være nødvendigt afhængig af arkivets demografiske aspekter, og dette er også tilfældet ved KBH Stadsarkiv, eftersom Chakravarthy påpeger, at det er udfordrende for arkivet at anvende Facebook pga. de mange forskellige brugergrupper, der er tilknyttet Facebook-siden, og at de reagerer på mange forskellige emner.

Alle stadsarkiver har målsætninger, som de arbejder efter ved at bruge Facebook, men det er blot to ud af fem arkiver, der har en delvis strategi, hvoraf resten af arkiverne ikke finder det relevant at have en konkret strategi for at opnå deres angivne målsætninger. Dette betyder også, at ingen af arkiverne opfylder alle aspekter, som forskningen har understreget, er vigtige at have in mente ifm. anvendelsen af Facebook. Alligevel har vores kategoriseringer af arkivernes opslag på Facebook, været med til at klarlægge og understøtte de strategiske målsætninger, som stadsarkiverne selv har fremsat.

14.2 Arkivernes vurderinger og analyser af, hvordan aktiviteterne på Facebook er succesfulde

Stadsarkiverne har forskellige strategiske tilgange til, hvordan de anvender Facebook og opnår deres målsætninger, men alle arkiver vurderer og analyserer deres aktiviteter på Facebook, om end det, ligesom strategierne, er på forskellige niveau og ud fra forskellige tilgange.

I forskningsoversigten klarlagde vi bl.a., at Liew, King & Oliver fastslår, at det er svært at evaluere succes på Facebook, fordi det kræver, at arkiverne selv laver f.eks. brugerundersøgelser, men dette kræver mange ressourcer. Derfor erkender de også, at mange arkiver måler succes ud fra antallet af interaktioner, fordi det er ressourcebesparende og hurtigt at gøre.³⁶⁶ Liew, King & Oliver påpeger, at det er vigtigt for arkiverne at analysere deres aktiviteter på Facebook, da det vil være med til at klarlægge, hvilke indholdstyper i opslagene som det enkelte arkivs brugere reagerer på.³⁶⁷ Hager påpeger dog, at det til en vis grad er brugbart for arkiverne at vurdere succes ud fra antallet af interaktioner, fordi dette er, set fra brugernes side, en nem måde for dem at vise deres

³⁶⁶ Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 6-7.
Hager, *op. cit.*, s. 20.

³⁶⁷ Liew, King & Oliver, *op. cit.*, s. 6.

meninger om arkivets opslag på, og derfor afspejler antallet af interaktioner til en vis grad brugernes holdninger til opslagene, om end Hager også påpeger, at dybdegående brugerundersøgelser vil være at foretrække.³⁶⁸

Ingen af stadsarkiverne, som vi undersøgte, har lavet brugerundersøgelser, der klarlægger, hvordan brugernes holdninger til arkivernes aktiviteter på Facebook er. Som det eneste arkiv har KBH's Stadsarkiv i nyere tid lavet en brugerundersøgelse. Denne undersøgte dog ikke konkret arkivets aktiviteter på Facebook, men derimod var det en generel undersøgelse, der klarlagde brugerprofiler samt brugernes tilgang til bl.a. arkivets hjemmeside. Ingen af de andre arkiver har lavet brugerundersøgelser, om end Aalborg Stadsarkiv i en nærtstående fremtid skal lave én ifm. udviklingen af en ny hjemmeside, men det er uklart, ifølge Jensen, om brugerundersøgelsen også kommer til at fokusere på arkivets aktiviteter på Facebook. Ligeledes påpeger Wøllekær fra Odense Stadsarkiv, at han i fremtiden vil overveje at få lavet en brugerundersøgelse, eftersom arkivet reelt ikke ved, hvad størstedelen af brugernes holdninger er til arkivets tiltag på Facebook.

Modsat de ovenstående arkiver, så påpeger Thavlov fra Silkeborg Arkiv, at udbyttet fra sådanne undersøgelser er for begrænset, ift. hvor mange ressourcer, der skal bruges på at lave én, og derfor har arkivet ikke gjort det. Det samme er gældende for Ø-arkivet, der i forvejen ikke prioriterer brugen af Facebook højt, og derfor har arkivet heller ikke fundet det nødvendigt at lave en brugerundersøgelse, ifølge Eriksen.

Om end arkiverne ikke laver brugerundersøgelser af deres aktiviteter på Facebook, så vurderer de til en vis grad, hvordan aktiviteterne er succesfulde, men dette er ud fra, hvad forskningen har karakteriseret som den traditionelle måde at vurdere og måle succesen på netop ud fra antallet af interaktioner, som opslagene får. Aalborg Stadsarkiv og Silkeborg Arkiv vurderer succesen af aktiviteterne på Facebook ud fra antallet af *synes godt om* og *følgere*, som arkiverne har på Facebook-siderne, og hvordan disse tal stiger eller falder ifm. arkivets aktiviteter. Derudover vurderer arkiverne også, hvordan brugernes respons er til de enkelte opslag i form af interaktioner som *synes godt om* og *kommentarer*. Ø-arkivet vurderer ligeledes succesen ud fra antallet af interaktioner på de enkelte opslag, men ikke ud fra antallet af disse på Facebook-siden.

³⁶⁸ Hager, *op. cit.*, s. 20.

Modsat disse tre arkiver, så understreger Hansen, at KBH Stadsarkiv gerne vil have en større tilslutning af *synes godt om* og *følgere* på Facebook-siden, men at det ikke udelukkende er det, som succesen vurderes ud fra. For stadsarkivet handler det om at synliggøre sig og nå ud til nye generationer af brugere. Arkivet vurderer, om aktiviteterne på Facebook skaber en øget brug af arkivet fysisk i form af forskellige arrangementer, som Facebook opslag bl.a. promoverer, men også digitalt i form af større tilgang til arkivets samlinger, der ligger i databaser, f.eks. KBH-billeder, hvilket arkivet bl.a. måler ud fra tallene, som programmerne 'indblik' og *Google Analytics* giver.

En del af denne tilgang har Odense Stadsarkiv også, eftersom arkivet vurderer succesen ud fra, om brugerne kan bruge de informationer, der præsenteres i forskellige opslag. Dette gøres i praksis ved, at arkivet aflæser brugernes kommentarer og ift. antal af delinger, der også indikerer, om brugernes respons er positiv ift. om opslagene videredeles. Samtidig påpeger Frank, at arkivet måler, hvordan brugernes besøg på arkivets Facebook-side har indvirkning på besøgstillene og visningerne på f.eks. Fynske-billeder. Wøllekær understreger yderligere, at antallet af interaktioner, som opslagene får, reelt ikke giver arkivet en feedback, som det kan bruge til noget, fordi brugernes reaktioner på opslagene er meget forskellige og ofte tilfældige. Dette er modsat, hvad Thavlov påpeger ift. Silkeborg Arkiv, hvor hun understreger, at interaktionerne konkret viser, hvad brugerne kan lide og hvad de ikke kan, og derfor er det brugbar feedback for arkivet.

Stadsarkiverne vurderer primært deres aktiviteters succeser på Facebook ud fra antallet af interaktioner på siderne og på de enkelte opslag. Der er dog nogle mere dybdegående vurderinger af tiltagene ifm. målinger af antal af besøgende og visninger blandt arkivernes netjenester og sammenhængen mellem disse og aktiviteterne på Facebook. Alligevel er der ingen af stadsarkiverne, der laver det som forskningen påpeger, er nødvendigt for at klarlægge et mere dybdegående kendskab til brugernes holdninger til arkivernes aktiviteter, og hvilke indholdstyper som brugerne reagerer på. Antallet af interaktioner som de forskellige opslags indholdstyper får er dog høje og som beskrevet i foregående afsnit, så får de opslag, ud fra vores kategoriseringer, der afspejler arkivets målsætninger også mange interaktioner fra brugernes, og derfor kan arkivernes målsætninger og selve handlingerne bag dem vurderes som positive for arkiverne.

15. Konklusion

Formålet med dette speciale har været at undersøge udvalgte danske stadsarkivers motivation for at anvende Facebook med henblik på at opnå viden om, til dels hvilket potentiale arkiverne anser platformen for at have ifm. at understøtte deres praksis og kerneopgaver, samt hvilke muligheder og udfordringer de italesætter ved brugen af Facebook ifm. både at facilitere for brugerne på mediet og potentialet at indfange nye brugere. Endvidere er undersøgelsen lavet med henblik på at opnå viden om, hvordan arkivernes anvendelse karakteriseres, ift. hvilke strategiske tilgange arkiverne har haft til deres brug af Facebook ifm. at klarlægge deres opslags indholdstyper, og hvordan disse afspejler arkivernes målsætninger, samt hvordan arkiverne evaluerer og vurderer succesen af deres egne aktiviteter på Facebook.

Vi har i vores undersøgelse udvalgt fem arkiver for at skabe en form for diversitet ud fra deres tilstedeværelse på Facebook, aktivitet på mediet samt arkivernes størrelser, ressourcer og geografiske placeringer i landet. For at besvare vores problemformulering valgte vi at interviewe arkivernes nøglepersoner, der har det overordnede ansvar for arkivernes udadvendte virksomhed og brug af Facebook. Dette vurderede vi, var den bedste metode, for at give et indblik i, hvordan Facebook bliver brugt i arkivernes praksis. Interviewene i vores undersøgelse har bidraget med unik indsigt i arkivernes håndtering og tilgang til brugen af Facebook som en del af deres udadvendte virksomhed. Interviewene gav arkiverne mulighed for at reflektere over, hvorfor de bruger Facebook, samt hvilke konkrete handlinger de lægger bag og hvordan de evaluerer og vurderer deres egen brug af mediet. Vi valgte i denne sammenhæng også at foretage kategoriseringer af opslagernes indhold for yderligere at kunne fastsætte, om der er sammenhænge mellem arkivernes strategiske målsætninger for deres brug af Facebook og det indhold, som opslagene konkret indeholder, samt hvordan brugernes reaktioner i form af interaktioner bliver udtrykt på de forskellige kategorier.

Ud fra vores undersøgelses resultater har vi erfaret, at Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv og KBH's Stadsarkiv er motiveret til at anvende Facebook ifm. at føre en udadvendt virksomhed og fremhæve og øge den positive opfattelse af deres institutioner, samlinger og funktioner for lokalsamfundet. Samtidig afspejler deres motivation af at bruge Facebook også, at mediet er det største sociale medie målt på antallet af brugere.

Derfor er det et relevant sted for arkiverne at være til stede, både ift. at synliggøre dem selv og for potentielt at indfange nye brugere. Desuden er det “gratis” for arkiverne at bruge Facebook, udover at det koster ressourcer ift. det antal timer, som medarbejderne bruger, hvilket resulterer i, at stadsarkiverne i vores undersøgelse udtrykte en vis frihedsgrad på platformen til at kunne eksperimentere med anvendelsen.

Stadsarkivernes motivation for at bruge Facebook er også relateret til de målsætninger, som de har fastsat, ift. hvad deres anvendelse af Facebook skal bidrage med i deres arkiver. Disse målsætninger er at skabe en forøget historisk bevidsthed blandt kommunens borgere ud fra et myndigheds- og lokalhistorisk perspektiv, ud fra at vise arkivernes ressourcer og ud fra hvilke arkivsamlinger de bl.a. råder over og skabe dialoger med nuværende- og potentielle nye brugere. For at opfylde disse arbejder arkiverne på forskellige niveauer ift. egentlige strategier, hvor Odense- og Aalborg Stadsarkiv kommer tættest på at have færdigudviklet strategier, men til gengæld har vores undersøgelse vist, at Bornholms Ø-arkiv, Silkeborg Arkiv og KBH’s Stadsarkiv ikke arbejder efter konkrete strategier, men opnår til en vis grad stadig deres strategiske målsætninger. Arkiverne er aktive i at opfylde disse målsætninger, og deres opslag på Facebook-siderne afspejler forskellige typer af indhold og ikke blot promoveringer af nyheder i arkiverne, men derimod kan vi ud fra vores kategoriseringer af deres opslags indholdstyper, fastsætte, at deres aktiviteter ifm. de forskellige opslag, afspejler målsætningerne som de har fastsat. Dette gør de på forskellige måder, hvor alle stadsarkiverne promoverer arrangementer i deres arkiver, formidler historier, der er bearbejdet og tilrettelagt ud fra arkivaliernes indhold, henviser til deres databaser, samt henvender sig til brugerne og inddrager dem ifm. indsamlingen af erindringer samt tilføjelse af metadata. Dog bliver der kun i et begrænset omfang lavet opslag indeholdende vejledning, både ift. besvarelser af forespørgsler og egentlige vejledningsguider til arkivsamlingerne. Eftersom der er sammenhænge mellem arkivernes målsætninger og antallet af opslag samt indholdet i opslagene, som de lægger op på deres Facebook-sider, så har vores undersøgelse også vist, at de fleste af arkiverne vurderer deres succes ud fra antallet af interaktioner i form af *synes godt om*, *kommentarer* og *delinger*, som både opslagene og Facebook-siderne får. Dette gør de, fordi antallet af interaktioner er med til at indikere brugernes respons og holdninger til opslagene. Derimod bruger arkiverne i et begrænset omfang dybdegående

analyseprogrammer, der kan klarlægge flere detaljer om antallet af visninger på opslagene og hvilke demografiske aspekter brugerne har.

I forhold til den internationale forskning, har vores undersøgelse vist, at udvalgte danske stadsarkiver bruger Facebook i deres praksis, især ifm. at føre en udadvendt virksomhed, ligesom det er tilfældet ved adskillige internationale arkiver. Samtidig forekommer der også udfordringer, som bl.a. Heyliger, McLoone & Thomas samt Lawrimore har påpeget, der relaterer sig til, at få arkiver arbejder efter konkrete strategier, hvori målsætninger, systematisering af handlinger, vurdering og analyse af aktiviteterne på Facebook er inkorporeret. Alligevel viser vores undersøgelse, at stadsarkiverne delvist arbejder efter strategier, hvor alle arkiver som et minimum har fastsat konkrete målsætninger, og flere af dem har handlingsplaner for deres brug af Facebook, men til gengæld er der en mangel på grundige evalueringer og analyser af, om deres aktiviteter er med til at opfylde disse målsætninger. Til gengæld har vores undersøgelse af f.eks. Silkeborg Arkiv påvist, at det ikke altid er nødvendigt at have en konkret strategi for at skabe en stor brugertilslutning på Facebook. Desuden har vores undersøgelse af arkiverne klarlagt nogle fokuspunkter, som Duff, Johnson & Cherry, Liew, King & Oliver samt Hager har påpeget er relevante at undersøge i den fremtidige forskning. Dette omhandler, at analyser af og fastsættelse af indholdstyperne, der er i opslagene, samt hvordan brugerne reagerer på disse i form af interaktioner, kan være med til at klarlægge, hvordan arkiverne bruger Facebook, og i tilfældet i vores undersøgelse, hvordan arkiverne aktivt forsøger at opnå deres målsætninger, og hvordan brugerne reagerer på disse.

I en dansk kontekst har Jensen & S. H. Jensen påpeget, at de danske arkiver bruger Facebook i deres praksis, og at det har været en almen og accepteret del i mange danske arkiver siden 2010, men der er ikke lavet konkrete undersøgelser af, hvordan arkiverne bruger det, og om de har nogle af de samme udfordringer, der er blevet påpeget i den internationale forskningslitteratur. Dermed har vores undersøgelse bidraget med at give et indblik i, for en afgrænset periode, hvordan dele af de offentlige danske arkiver, i form af Bornholms Ø-arkiv, Odense Stadsarkiv, Aalborg Stadsarkiv, Silkeborg Arkiv og KBH Stadsarkiv, anvender Facebook.

16. Litteraturliste

- Aalborg Kommune, *Aalborg Kommune Forvaltningsstruktur pr. 01.01.2014*, Aalborg Kommune, 2020.
- Bountouri, Lina & Georgios Giannakopoulos. "The Use of Social Media in Archives". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 147, (2014) s. 510-517.
- Bornholms Kommune. *Organisationsplan for Bornholms Regionskommune pr. 1. juni 2020*. Bornholms Kommune, 2020.
- Cook, Terry. "Evidence, Memory, Identity, and Community: Four Shifting Archival Paradigms." *Archival Science* vol. 13 (2012) s. 95-120.
- Crymble, Adam. "An analysis of Twitter and Facebook use by the archival community". *Archivaria*, vol. 70 (2010) s. 125-151.
- Curtis, Louise. "Exploring Description: Archives and the Multiverse, Now and in the Future". *The iJournal*, vol. 4, no. 1 (2018) s. 50-59.
- Duff, Wendy M., Catherine A. Johnson & Joan M. Cherry. "Reaching Out, Reaching In: A Preliminary Investigation into Archives' Use of Social Media in Canada." *Archivaria*, vol. 75 (2013) s. 77-96.
- Ericson, Timothy L. "Preoccupied with our own gardens: Outreach and Archivists". *Archivaria*, vol. 31 (1990- 91) s. 114-123.
- Freivogel, Elsie Freeman. "Education Programs: Outreach as an Administrative Function". *The American Archivist*, vol. 41, no. 2 (1978) s. 147-153.
- Hager, Joshua D. "To Like or Not to Like: Understanding and Maximizing the Utility of Archival Outreach on Facebook". *The American Archivist*, vol. 78, no. 1 (2015) s. 18-37.
- Høllum, Asbjørn. "Arkiverne i samfundet". I *Dokumentation i en digital tid - ESDH, arkiver og god forvaltningsskik*, redigeret af Elisabeth Bloch, Peter Damgaard, Else Hansen, Lise Qvist Nielsen, s. 11-20. København: Arkivforeningen, 2017.
- Heyliger, Sean, Juli McLoone & Nikki L. Thomas. "Making Connections: A Survey of Special Collections' Social Media Outreach". *The American Archivist*, vol. 76, no. 2. (2013) s. 374-414.
- Jensen, Bente & Charlotte S. H. Jensen. "Arkivformidling – Arkiver for alle?" *Nordisk Arkivnyt*, Nr. 3, (2004) s. 1-13.

- Jensen, Bente & Charlotte S. H. Jensen. "Arkivformidling – mål, begreber og metode". *Arkiv, samhälle och forskning (ASF)*, Nr. 2, (2006) s. 1-22.
- Jensen, Bente & Ellen Røsjø. "Introduction: Archives and Outreach in the Nordic countries. History, status and the road ahead". I *#Arkivdag, relevans, medvirkning, dialog*, redigeret af Marit Hosar, Ellen Røsjø, Bente Jensen, Charlotte S. H. Jensen, Anna Ketola og Maria L. Östergren, 9-22. ABM-media AS, 2016.
- Jensen, Bente. "Instagram in the Photo Archives Curation, Participation, and Documentation through Social Media." I *Girona 2014 - Archives & Cultural Industries* (2014) s. 1-14.
- Jensen, Charlotte. "Arkivformidling i fremtiden". I *#Arkivdag, relevans, medvirkning, dialog*, redigeret af Marit Hosar, Ellen Røsjø, Bente Jensen, Charlotte S. H. Jensen, Anna Ketola og Maria L. Östergren, 9-21. ABM-media AS, 2016.
- Jensen, Charlotte S.H. *Kulturarven i Norden og de sociale medier - Inventering og rapport for Nordisk Centrum for Kulturarvspædagogik*. NCK - Nordisk Centrum for Kulturarvspædagogik, 2010.
- Kriesberg, Adam. "Increasing Access in 140 Characters or Less: Or, What Are Archival Institutions Doing on Twitter?" I *The American Archivist*, vol. 77, no. 2 (2014) s. 534–557.
- Kulturministeriet. *Mediernes udvikling i Danmark – Sociale medier 2020 – Brug, indhold og relationer*. København: Kulturministeriet, 2020.
- Kulturministeriet. *Rammeaftale - Rigsarkivet 2019-2022*. København: Kulturministeriet, 2020.
- Kvale, Steinar og Svend Brinkmann. *Interview – Det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. 3. udg. København: Hans Reitzels Forlag, 2015.
- Larsen, Håkon. "Archives, libraries and museums in the Nordic model of the public sphere". *Journal of Documentation* vol. 74, no. 1 (2017) s. 187–194.
- Lange, Hilde & Ulrike Spring. "Formidling for framtida". I *Formidling for framtida – tanker om arkiv*, redigeret af Hilde Lange & Ulrike Spring, s. 7-25. ABM-media, 2013.
- Lawrimore, Erin. "Shoestring Social Media: Building a Social Media Presence for UNCG's Special Collections and University Archives". *North Carolina Libraries*, vol. 75, no. 1 (2017) s. 10-16.

- Liew, Chern Li, Gillian Oliver & Morgan Watkins. "Insight from social media use by memory institutions in New Zealand: Participatory vs curatorial culture". *Online Information Review*, vol. 42, no. 1 (2018) s. 93-106.
- Liew, Chern Li, Shannon Wellington, Gillian Oliver & Reid Perkins. "Social Media in Libraries and Archives: Applied with Cautions". *The Canadian Journal of Information and Library Science*, vol. 39, no. 3-4 (2015) s. 377-396.
- Liew, Chern Li, Venessa King & Gillian Oliver. "Social Media in Archives and Libraries: A Snapshot of Planning, Evaluation, and Preservation Decisions". *Preservation, Digital Technology & Culture*, vol. 44, no. 1 (2015) s. 1-12.
- Mason, Marissa K. "Outreach 2.0: Promoting Archives and Special Collections through Social Media." *Public Services Quarterly*, vol. 10 (2014) s. 157-68.
- McCausland, Sigrid. "Archival Public Programming". I *Currents of Archival Thinking*, 2. udg., redigeret af Heather MacNeil & Terry Eastwood, s. 225-244, Abc-Clio, 2017.
- Pearce-Moses, Richard. *A Glossary of Archival and Records Terminology*. SAA, Chicago, 2005.
- Pederson, Ann E. og Gail Farr Casterline. *Archives and Manuscripts: Public Programs*. Chicago, Illinois: Society of American Archivists, 1982.
- Paasch, Marianne. "Gemt eller Glemte? En undersøgelse af recordsbegrebets betydning for fremtidens informationsforvaltnings- og arkivpraksisser". Ph.d.-afhandling, Aalborg Universitet, 2018.
- Rigsarkivet. *Aflevering af arkivalier til offentligt arkiv - En vejledning til kommuner og regioner - 2011 - Opdateret december 2014*. København: Rigsarkivet 2014.
- Rigsarkivet. *Rigsarkivets Årsberetning 2016*. København: Rigsarkivet 2016.
- Rigsarkivet. *Rigsarkivets Årsberetning 2017*. København: Rigsarkivet 2017.
- Silkeborg Kommune, *Organisationsplan for Silkeborg Kommunes administration juli 2020*, Silkeborg Kommune, 2020.
- Tovgaard-Olsen, Katrine. *Rigsarkivets Brugerundersøgelse 2015*. København: Rigsarkivet, 2015.
- Theimer, Kate. "What Is the Meaning of Archives 2.0?". *The American Archivist*, vol. 74 (2011) s. 58-68.

- Williamson, Felicia, Scott Vieira & James Williamson. "Marketing Finding Aids on Social Media: What Worked and What Didn't Work". *The American Archivist*, vol. 78, no. 2 (2015) s. 488-513.

- Wilson, Ian E. "Towards a Vision of Archival Services". *Archivaria* vol. 31 (1990- 91) s. 91-100.

16.1 Hjemmesider

- Aalborg Stadsarkiv. "Brug arkivet." Konsulteret 31. maj 2020.

<http://www.aalborgstadsarkiv.dk/AalborgStadsarkiv.asp?Menu=BrugArkivet&Menu2=BrugArkivet> Udgifter

- Aalborg Stadsarkiv. "Medarbejdere." Konsulteret 3. juli 2020.

<http://www.aalborgstadsarkiv.dk/AalborgStadsarkiv.asp?Menu=AalborgStadsarkiv&Menu2=AalborgStadsarkiv> Medarbejdere

- Facebook. "Aalborg Stadsarkiv." Konsulteret 7. juli 2020.

<https://www.facebook.com/Aalborg-Stadsarkiv-74025152089>

- Facebook. "Bornholms Ø-arkiv." Konsulteret 16. juni 2020.

<https://www.facebook.com/bornholmsoearkiv>

- Facebook. "Brug af Facebook." Konsulteret 20. april 2020.

https://www.Facebook.com/help/753701661398957/?helpref=hc_fnav

- Facebook. "Historiens Hus Odense." Konsulteret 14. juli 2020.

<https://www.facebook.com/historienhus/>

- Facebook. "Københavns Stadsarkiv." Konsulteret 28. juni 2020.

<https://www.Facebook.com/kbharkiv>

- Facebook. "Silkeborg Arkiv". Konsulteret 16. juli 2020.

<https://www.facebook.com/SilkeborgArkiv>

- Historiens Hus Odense. "Om Historiens Hus." Konsulteret 14. juli 2020.

<https://www.historienhus.dk/om-historiens-hus/hvad-er-hh>

- Kbharkiv. "Om os." Konsulteret 5. juli 2020.

<https://www.kbharkiv.dk/om-os/ledelse-og-medarbejdere>

- Kbharkiv. "Udforsk - Historier om KBH." Konsulteret 31. maj 2020.

<https://www.kbharkiv.dk/udforsk/historier-om-kobenhavn>

- Kbharkiv. "Stadsarkivets opgaver." Konsulteret 31. maj 2020.
<https://www.kbharkiv.dk/om-os/kobenhavns-stadsarkivs-opgaver>
- København Kommune. "Om kommunen." Konsulteret 5. juli 2020.
<https://www.kk.dk/indhold/forvaltninger>
- Odense Kommune. "Forvaltninger." Konsulteret 14. juli 2020.
<https://www.odense.dk/om-kommunen/forvaltninger>
- Pew Research Center. "10 facts about Americans and Facebook." Konsulteret 18. juli 2020.
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/05/16/facts-about-americans-and-facebook/>
- Retsinformation. "Bekendtgørelse af arkivloven." Konsulteret 8. april 2020.
<https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=183862>
- Roskilde. "Stadsarkivet." Konsulteret 31. maj 2020.
<https://roskilde.dk/stadsarkivet>