

Special issue • 2012

Aalborg University

# academic

Journal for research from the humanities

Special issue

# Students' JGS

Conditions of the Production of Knowledge Today  
Academic History and the Future of the Past  
Race, rang og stand i Dansk Vestindien  
i begyndelsen af 1900-tallet  
Consumption of tattoos  
Cooking up the self  
Hvad er forfatterskolelitteratur?  
Das deutsche Gespenst verpflichtet sich allmählich  
Genitiv på tysk  
Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Deltagende borgere i Energibyen Frederikshavn  
Værdibaseret forbrug – et paraplybegreb

Kultur der duer  
Employer branding  
Musik til shoppere  
Musikalske lydlogoers DNA  
Neuroviral  
Psykoedukation som intervention mod  
kroniske smerter ved fibromyalgi  
Oversættelse af eleyplaner i folkeskolen  
Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning-  
skrivning og metakognitive færdigheder

# academic minutes

Journal for research from the humanities

Special issue • 2012

Aalborg University

Akademisk kvarter  
Tidsskrift for humanistisk forskning

Academic Quarter  
Journal for humanistic research

Redaktører / Issue editors  
Jens Kirk og Jørgen Riber Christensen

Ansvarshavende redaktører / Editors in chief  
Jørgen Riber Christensen & Kim Toft Hansen

© Aalborg University / Academic Quarter 2012

Tidsskriftsdesign og layout / Journal design and layout:  
Kirsten Bach Larsen

ISSN 1904-0008

Yderligere information / Further information:  
<http://akademiskkvarter.hum.aau.dk/>

For enkelte illustrationers vedkommende kan det have været umuligt at finde eller komme i kontakt med den retmæssige indehaver af ophavsrettighederne. Såfremt tidsskriftet på denne måde måtte have krænket ophavsretten, er det sket ufrivilligt og utilsigtet. Retmæssige krav i denne forbindelse vil selvfølgelig blive honoreret efter gældende tarif, som havde forlaget indhentet tilladelse i forvejen.

## Indhold • Content

Conditions of the Production of Knowledge Today	4
Academic History and the Future of the Past	27
Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet	42
Consumption of tattoos	54
Cooking up the self	67
Hvad er forfatterskolelitteratur?	80
Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich	90
Genitiv på tysk	102
Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv	115
Deltagende borgere i Energibyen Frederikshavn	130
Værdibaseret forbrug – et paraplybegreb	143
Kultur der duer	156
Employer branding	174
Musik til shoppere	191
Musikalske lydlogoers DNA	210
Neuroviral	231
Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi	245
Oversættelse af elevplaner i folkeskolen	263
Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder	277

# Conditions of the Production of Knowledge Today

## Case Students' Minutes

**Jørgen Riber Christensen** *is associate professor at the Institute of Communication, Aalborg University. Among his publications are Medietid 2.0 (2009) with Jane Kristensen and Marvelous Fantasy (ed., 2009), and articles within the fields of cultural analysis, the media, marketing, museology and literature. Editor of Academic Quarter.*

**Jens Kirk**

*is associate professor of English literature and culture at Aalborg University. Special teaching and research interests in British literature and literary culture on and off the internet. Has written articles on "The Role of Rhetoric in the Attention Economy" and "Literary Culture in the Age of the Internet" among others.*

More than 30 years ago Jean-François Lyotard (Lyotard, 1979/1997 and 1986/1992) concluded from an examination of the circulation of knowledge that Western culture had entered the phase of Post-modernity and that the grand narrative of the Enlightenment project had died. We are here not concerned with this result of his examination, but rather with the subject of its method and its argumentation: epistemology. We are concerned with how knowledge is produced today, knowledge itself and its institutions, and under which conditions this production of knowledge takes place. In particular it is one branch of Lyotard's examination that regards "the relation between science, the nation and the State" (Lyotard, 1979/1997, p. 32) which we focus on. It is pessimism that permeates this argumentation to the point where Lyotard writes about "the scientists' demoralization" (p. 8), and he points out that "the State resorts to the narrative of freedom every time it assumes direct control over the training of the "people"". Citing the ideals of the Berlin or Humboldt University founded 1810 Lyotard refers to autonomous and speculative knowledge that in its disinterested pursuit of learning

serves no master but itself, and that “research and the spread of learning are not justified by invoking a principle of usefulness” (p. 34). This autonomous epistemological principle has become delegitimized. One of the causes of this is that the autonomy was never real. The State that should guarantee it could not do so without asserting some sort of control, and one agent in this system of control is measuring usefulness or performance. Lyotard writes: “The criterion of performance is explicitly invoked by the authorities to justify their refusal to subsidize certain research centers.” (p. 47) Yet, Lyotard also stresses that the narrative of legitimization of universities is political or democratic in the spirit of the Enlightenment Age. Universities have an epistemological obligation towards society and the people: “All peoples have a right to science. If the social subject is not already the subject of scientific knowledge, it is because that has been forbidden by priests and tyrants.” (p. 31)

The double position of epistemology as described by Lyotard above will be reflected in this article and its research questions. The article demonstrates how the Danish Bibliometrical system works and attempts to evaluate its effects. As an incentive does it motivate and encourage researchers? Does it further the communication and spread of their research? What effect has it had on universities? As will be seen from the article below only some answers can be given, and some of them are only partial answers, but we nevertheless find it pertinent to ask these questions, and our attempt at answering them will certainly not be on a national scale, but rather we merely discuss and describe the working conditions in the research groups we take part in, and we also focus on how the present research journal, *Academic Quarter*, has sought to meet the demands of the bibliometrical system and on the achievements of the journal within this system, locally, nationally and globally.

The article attempts an outline of what we perceive as the key conditions that have formed the knowledge and research available in *Students' Minutes*. We begin with the context of the Danish performance-based research funding system. We move on to what we consider to be a fundamental condition, i.e. BFI and to show how it permeates research and research management at Aalborg University, in particular the Faculty of the Humanities, the departments and the research groups. Then, we show how BFI paradoxically has given rise to the recognition of the very research activities it excludes in the form of what we see as the third condition, or BFI+.<sup>1</sup> Lastly, we

introduce the fourth basic condition of the present publication, i.e. a strategic initiative at the level of the faculty.

### **Condition no. 1: Performance-based Research Funding Systems**

In this article we show how a performance-based research funding system (PRFS) functions as a basic condition in the production of knowledge with reference to the Faculty of Humanities, Aalborg University. In other words, we demonstrate that PRFS has several unambiguous effects on research conducted here. Studies on the impact of performance-based research funding systems are often regarded as particularly pertinent, but also inherently problematic. For instance, on the basis of a review of the evidence on the subject of the effects of PRFS Jochen Gläser et al. (2002) argue that “[...] there is enough material to become suspicious about the effects of EBF [evaluation-based funding], but no conclusive evidence” (p. 4) mostly because of the relatively small number of studies and, more importantly, questions of methodology (p. 18). Consequently, they go on to suggest the framework of a full-scale research project investigating the effects of EBF (pp. 20-37). Eight years later, Linda Butler (2010) takes her point of departure in an almost identical situation concerning the absence of valid research on the subject. Thus, she holds that “[...] an understanding of the impact of any new, and existing, policy instrument is vital for its effective operation” (p. 129), but she points out that the assessment of the impact of performance-based research systems is “[...] a fraught exercise [...]” (2010, p. 128). Not only is there a “paucity” of authoritative literature on the topic, the studies of impact are largely conjectural and generally without “[...] concrete examples that examine the impact of PRFS in detail [...],” moreover. Consequently, echoing Gläser et al. (2002), she explicitly calls for studies that “[...] scrutinise these systems and publish more evidence-based assessments of their impact.” (p. 158) By providing evidence of the impact of BFI in the Faculty of Humanities, Aalborg University, this article is a small step towards filling the knowledge gap identified by Gläser and Butler. However, we are not social scientists. We work within the fields of textual and cultural studies and consequently our methods belong within our fields. Thus, after an introduction to PRFS and its Danish incarnation, BFI, we propose to track down its effects in the form of overt thematisations of bibliometrics. Throughout we bring

together and make connections between written and electronic documents in various shapes and forms: evaluation reports, hearing statements, research strategies at the levels of the Faculty of Humanities and its departments, guidelines for research evaluation, etc. But we also draw on anecdotal evidence, especially concerning the rise of *Academic Quarter*, since one of the present authors is one of its founding editors. Generally, we have attempted to establish a chronological sequence of events that document BFI and its effects as a basic condition of knowledge.

Citing the literature on the subject, Butler finds four “conundrums” (p. 128) facing the researcher of the effects of PRFS. The first two puzzles concern the possibility of identifying causes and effects. The third problem concerns the evaluation of the effects or response to PRFS. Whether an impact is regarded as positive or negative depends very much on the interested party. Lastly, Butler mentions that responses to PRFS are mediated by the effects of other reward systems. In our article, we try to map out patterns of cause and effect where possible among the documents that we examine. We wanted very much to evaluate the effects, but the impacts we trace are clearly unintended and do not easily subject to evaluation. We do not deal with whether or how BFI interacts with other reward systems at Aalborg.

In her overview, Butler is concerned with outlining the evidence, or the lack of evidence, concerning “the most common impacts generally regarded as unintended outcomes that are attributed to PRFS” (p. 129), first and foremost. She offers the most systematic outline by far<sup>2</sup> and covers an impressive range of unintended impacts on funding (pp.133-37), human resource issues (p. 135), productivity (p. 137), quality (p. 142), teaching (p. 143), discipline mix (p. 144), research focus (p. 145), collaboration (p. 146), institutional management practices (pp. 148-51), place of publication (p. 151), and author behaviour. While we are wary of the distinction between intended and unintended effects, in what follows, we look particularly at what we find must be the unintended effects of BFI on funding, productivity, and management practices.

Within the Danish context BFI has been the subject of analysis and evaluation. In his Ph.D.-thesis *Kampen om basismidlerne - Historisk institutionel analyse af basisbevillingsmodellens udvikling på universitetsområdet i Danmark* (*The Struggle for Core Research Funding – A Historical Institutional Analysis of the Core Research-*



*funding System in Danish Universities*) Kaare Aagaard describes the development of the governmental funding system of primarily Danish universities since the late 1960s. He concludes that the outcome has been an uneasy balance between the classical ideal of independent research and a “socially robust” delivery of knowledge, which contributes to economic growth and societal development. (Aagaard, 2011, p. 9) He also stresses that this production of knowledge must be documentable and legitimizable both to the political system and the tax-payers in some form of an accountability system. Aagaard then asks the general question if at all and how such systems can function and at the same time consider the individual researcher’s motivation, dynamism and willingness to take risks. This article seeks to answer this question concretely and locally by describing how the present performance-based research funding system has affected the Faculty of Humanities at Aalborg University and its researchers. Already here at this point in the article part of the answer can be given, as we shall see below the governmental system has been adapted and modified internally by the institution.

The process leading to the present Danish performance-based university research funding system with its administrative superstructure of control and demands of accountability is influenced and shaped by two transnational tendencies as described in Aagaard and Mejlgaard, 2012. The first is the concept of the innovative knowledge society in the global knowledge economy, and the second are new public management methods with their top-down management system, which were implemented as a tool to adapt the universities to becoming a value-creating societal institution within this global context, an ambition which can be understood in the light of the universities’ epistemological obligation as it was expressed by Lyotard. One of the ambitions of this process was an improvement of quality as well as quantity of Danish research and the reformation of the core funding system with its BFI element is part of this research policy and so was the University Law of 2003 with its curtailment of university autonomy. Positively, this limitation of the universities self-government can be understood as an inclusion of the universities into society so that they were motivated to cooperate with business as entrepreneurial universities (Etzkowitz, 1983) with the slogan “From Thought to Invoice” (Regeringen, 2003). This view of universities as not just institutions of education and research, but as institutions that generated value in society was followed by sub-



stantial governmental investments and funds, and a system was built to audit and access these investments.

The reforms after around 2000 can be viewed in the light of a change of leading actors. In the Danish context the Humboldt or Berlin University-inspired model the state was represented primarily by the Ministries of Education, but gradually this role has been taken over by primarily the Ministry of Science and the Ministry of Finance (Aagaard and Mejlgaard, 2012a, pp. 334-335), and this development can be said to have been predicted in a much more general sense when Lyotard in 1979 wrote about the real governmental control of the production of knowledge in contrast to what was only an ideal of the autonomous university.

However, Produktivitetskommissionen (The Productivity Commission) has recently been set up by the government in the face of the fact that Danish productivity has been seriously losing ground in comparison with other wealthy countries since the mid-90s (Produktivitetskommissionen, 2012), and this despite the public spending of around 20 milliards Danish kroner for research in 2012 (Produktivitetskommissionen, 2012, p. 16). Among the terms of reference of the Productivity Commission is to seek “to throw light on companies’ and businesses’ use of knowledge and education as well as the allocation of these resources in the economy” (Produktivitetskommissionen, 2012, p. 17)<sup>3</sup>. It seems in other words that to some extent the governmental focus is now shifting from the production of knowledge on the part of universities and their productivity to the employment of this knowledge within business, e.g. innovation and entrepreneurship, and to the flow between business and universities. In line with this the Productivity Commission intends to examine whether “private businesses should be prompted to research and develop even more?” (p. 16)<sup>4</sup>

The explicit political demand that Danish universities fulfil societal needs (the so-called Third Mission) as well as the two traditional obligations of education and basic research is reflected locally in the official research policy statement of Aalborg University:

An important objective of our research at Aalborg University is to make it accessible and useful for as many people as possible. This means that AAU research results will not only be useful within university walls. AAU research and research results will also be communicated to relevant

parties in the surrounding society, so that the research may contribute as much use-value as possible to society. This is secured through close cooperation with the business world, organisations and educational institutions. (Aalborg Universitet, 2012a)

### **Condition no. 2: BFI**

We now turn to the current Danish incarnation of PRFS. A significant amount of research at Danish universities is propelled by core funding or a block grant from the Danish State. According to the Danish Agency for Science, Technology, and Innovation a portion of that core funding, the so called “new core funding,” is distributed according to a model that rewards the level of “quality” that each university achieves in four designated areas: education, external funding, research, and Ph.D.-production (Styrelsen for Universiteter og Internationalisering, 2012). Research quality is measured according to a principle of bibliometry, more particularly, according to the bibliometric research indicator (“Den bibliometriske forskningsindikator” or BFI). To the question “what is BFI?” the Danish Agency for Science, Technology, and Innovation answers:

The bibliometric research indicator is a method of assessing and measuring scientific publication activity. The channels of publication are the crank in the publication activities of the researchers. The indicator, therefore, builds on the so-called lists of authority covering series (journals, book series and conference series) and publishers. The indicator plays a part in the model of funding that distributes the new core funding to the universities. Moreover, the indicator is intended to motivate researchers to publish in the most recognised and prestigious channels of publication.<sup>5</sup> (Styrelsen for Forskning og Innovation, 2012a)

What springs immediately to mind in this definition of BFI is the underlying analogy employed by the Agency to conceptualise knowledge and research. The key metaphor is that of an engine, more particularly, an internal combustion engine in which a crank or crankshaft is responsible for the conversion of one kind of energy or movement into another and more useful kind. Research, according to this fundamental image, is useful only if transformed by the crank-

shaft of publication. Without this transformation, research is basically a useless bang in a defective engine and, consequently, a waste of resources. The first function and intention, of BFI, then, is not really to *assess*, but to *create* and *perpetuate* a particular mental picture or idea of research and the value of research and knowledge, i.e. the notion that real, legitimate knowledge is knowledge that performs. The creation of a particular image of research is the key component of the model. Without an idea of legitimate knowledge firmly in place, the state would be unable to invoke criteria of performance in relation to funding.

So, from this most vital aspect of the model the remaining three interrelated functions and intentions of BFI in relation to knowledge and research follow: *measurement*, *reward* and *encouragement*. First, it is a gauge or a yardstick that is capable of computing accurately the different degrees of useful knowledge construed as scientific publication activity. Its quantifying principle is based on a ranking of the channels of scientific publication, for instance, periodicals, publishers, and book series according to lists that assign degrees of value in terms of BFI-points. Secondly, because it is capable of quantifying research performance, yearly readings of the points universities have produced according to the index are used in the calibration of their funding.<sup>6</sup> Thirdly, the index is intended to form an incentive for researchers, spurring them on to publish their findings in the most prestigious channels of publication with the aim of securing academic capital or respect for themselves.

It is outside the scope of this article to discuss the usefulness of conceptualising research through analogies of energy conversion that belong to the industrial age rather than the experience economy. Similarly, we won't address the question if research ought to be measured according to its channels of publication, or if rewards based on annual index readings ought to affect the funding of research, or whether the effect of BFI on individual researchers really is one of encouragement and motivation.<sup>7</sup> Since the BFI-model is in place and will remain so in the foreseeable future, we simply want to document how its four functions *work* in the production of knowledge and research. As our case we have taken our own situation at Aalborg University, and we don't propose that our findings are valid outside Aalborg since Aalborg appears to be the Danish university that has shown the greatest keenness in legitimising knowledge and research in terms of BFI-performance.

That BFI already forms an important condition of knowledge and research in Denmark in general is clear from Gunnar Sivertsen and Jesper Schneider's evaluation of the model (2012). According to *Evaluering av den bibliometriske forskningsindikator/ Evaluation of the Bibliometrical Research Indicator*, BFI is used as a management tool at seven out of eight Danish Universities (p. 29), but with very different degrees of enthusiasm. Aalborg University and the University of Southern Denmark have gone furthest in implementing the model and introduced a redistribution of a portion of their research funds to the faculties that in part depends on the distribution of BFI-points (p. 29). This act of redistribution then forms the point of departure of using the index for various purposes on lower levels of research administration: "At Aalborg University and the University of Southern Denmark the universities have implemented a local redistribution of the globalisation funds to the faculties which is partially based on the distribution of BFI-points. Here it is the point of departure for a self-imposed use of BFI for more purposes at lower levels."<sup>8</sup> (Sivertsen and Schneider 2012, p. 29) Specifically about Aalborg University, Sivertsen and Schneider state that BFI is used "actively at more levels as part of the foundation of information for further distribution of resources. The individual researcher's research resources can in this way be dependent on a minimum of research activity expressed as BFI-points."<sup>9</sup> (p. 33) The centrality of the BFI-model at Aalborg University is also clear from the hearing statement to the Sivertsen and Schneider evaluation: "At Aalborg University the BFI-model is used for internal analyses and for distribution of means to the individual main areas, and in this way the indicator plays a major role in the research management of the university."<sup>10</sup> (Aalborg Universitet, 2012)

At Aalborg University, then, BFI forms an important managerial tool in the production of knowledge, and research management involves the distribution of research funds between faculties according to the index. In practice, research funds are allocated to the faculties on the basis of the index in two stages. First, only if researchers produce knowledge in a manner that is registered by the index do their respective faculties receive the core funding for their research time. Researchers who fail to meet the university's minimum index specific requirements,<sup>11</sup> then, are not recognised as researchers. Thus, at the top level of research management, the creative function of the index is employed in making a fundamental

distinction of kind between researchers and non-researchers. Secondly, the university also measures and rewards research collectively and has implemented a policy by which not just core research funds, but also an amount of extra money is allocated between the faculties on the basis of the number of BFI-points their researchers have succeeded in producing. Currently, the faculties receive a handsome sum in the five figures for each BFI-point.

At the level of the faculties, more particularly, the Faculty of the Humanities, which produced 360 BFI-points last year, the centrality of the BFI-model is maintained in the management of research. Research requirements are formulated squarely in terms of BFI-points. The faculty reiterates the university's basic condition that research staff produces a minimum of .25 BFI-points in order to qualify as researchers (Holmfeldt, 2011). The faculty's long term "aims" and "expectations" for each researcher are also formulated in terms of the index. Over a four year period, the faculty expects each researcher to produce a specific number of BFI-points. Similarly, among the wide range of the strategic initiatives announced by the Faculty, one, "Målsætning om forskning på Hum/Objective of research at Hum," targets research publication in relation to the index specifically and allots extra funds to the departments to stimulate and support publication. In the same way, some of the specific incentives for the research groups, which constitute the individual departments at the Department of the Humanities, are formulated in terms of BFI.

### **Condition no. 3: BFI+**

While the Faculty of the Humanities continues the use of the index and maintains its basic assumptions concerning the nature of legitimate research, we shall later show that the idea of managing research solely on the basis of BFI-performance is also supplemented by a range of other strategic initiatives, among others one that next to BFI, forms the other basic condition of *Academic Minutes*. Returning to the use of BFI as a key condition of knowledge at Aalborg University, the attention to the index is continued at the level of the individual departments at the Faculty of the Humanities. In the following we look at one of the three departments, i.e. the Department of Culture and Global Studies. At the departmental level, research administration involves maintaining the principles of the index and, at the same time, recognising its deficiencies. Thus, attention to the production of BFI-points forms one of eleven "strategies" identified

by the *Strategi: 2012-15* for the Department of Culture and Global Studies: "To ensure continued supply of resources for the institute's research activities in the shape of scientific positions and economic means it is the target to increase the average BFI production with at least 25 % in the period until 2015."<sup>12</sup> (Institut for Kultur og Globale Studier 2012, p. 3). Again, the argument is economic and linked to maintaining the funding of research in the department's future.

However, on the level of departmental long term planning, the focus on the production of BFI-points is counterbalanced by a commitment to improve the everyday conditions of the production of knowledge. For instance, the strategy preceding the one quoted above aims at facilitating research as a *process*: "The institute works to improve the possibilities of the employees for research absorption through continuous research time in order to advance productivity and creativity."<sup>13</sup> The creation of continuous time for research, for instance, is a strategic aim that is different in kind from the one dealing in BFI. The former involves looking at the processes that further research, the latter focusses solely on points produced by research.

This balancing of product and process reappears on other levels of departmental research management, for instance, in the departmental guidelines for the monitoring and motivation of research. In a paper entitled "Forskning, monitorering, og incitament/Research, monitoring and incentives," Head of Department Henrik Halkier outlines the procedures behind the department's monitoring of and incentives for research. The principles sketched out at the level of the Faculty of the Humanities are copied and individual researchers are supposed to match those demands and expectations (2012, pp. 2-3). Again, the argument is an economic one: By fulfilling the long term goal the research staff creates the condition of departmental growth. "The employees' fulfilment of the longterm target contributes to strengthening the economic situation of the faculty and in this way it creates the foundation of continued development of activities at the department."<sup>14</sup> (p. 3) However, at this level of research administration, BFI is also regarded as an inaccurate gauge of research and a defective incentive. The preamble to the guidelines we quoted above continues:

However, it is also obvious that other activities of publication and research exist. Recognising their importance in relation to the long term development of the department's



research and research environments is crucial. A new department based system, BFI+, will address the most significant flaws in the national BFI-system. (p.1)<sup>15</sup>

A second and more finely tuned system of measurement, called "BFI+," is required to counterbalance what this level of research administration identifies as the inherent defects of the original BFI-model. If not supplemented by a second system of quantification, the full range of activities behind the production of knowledge escapes recognition. Briefly, BFI+ does its supplementary work in two ways on the level of departmental research management. First, by identifying other research activities such as, for instance, editorial work and peer reviewing as important aspects in the production of knowledge. Secondly, "BFI+" corrects the measurements of the index, for instance, by recalibrating the value assigned by BFI to the channels of publication levelling out the differences between the ones already in play and allowing for new ones. (p.7) You could say that while this level of research administration maintains the analogy of the combustion engine it also realises its limitations and the necessity to identify other components which, like the crank, play key roles without which the production of knowledge would fail.

The bibliometrical system is also reflected in the way that research groups, i.e. the level of research management within individual departments, work. One such group is MÆRKK. It is dedicated to research within the field of market communication. The research group is situated at the Institute of Communication at the Faculty of Humanities, Aalborg University. The members of this large research group publish extensively, also internationally and also in *Academic Quarter*. With an eye to the bibliometrical system the research group has had a book series bibliometrically approved. The actual titles of the monographs and anthologies had already been planned before the BFI initiative of book series was made public, and in a few cases manuscripts were underway, but for the reasons of the calculations of point, the book series was initiated because articles in an anthology in an authorized book series give more points than articles in books not registered in an approved series. In this case, it may be asserted that the framework of the bibliometrical system is nothing but an external framework; but it also demonstrates that researchers have to navigate within a system of control of performance, so that the financial foundation of the



groups research is not jeopardized, or in Lyotard's words: "The criterion of performance is explicitly invoked by the authorities to justify their refusal to subsidize certain research centers." (Lyotard, 1979/1992, p. 47) Though this kind of pragmatic navigation takes place, the plan of strategy of the research group is also idealistic as it has as some of its aims for instance to combine research and teaching, internationalization of its work through research networks, and a close relationship between its research and the surrounding society through cooperation with external partners and through communication of its research, also through mass media.<sup>16</sup>

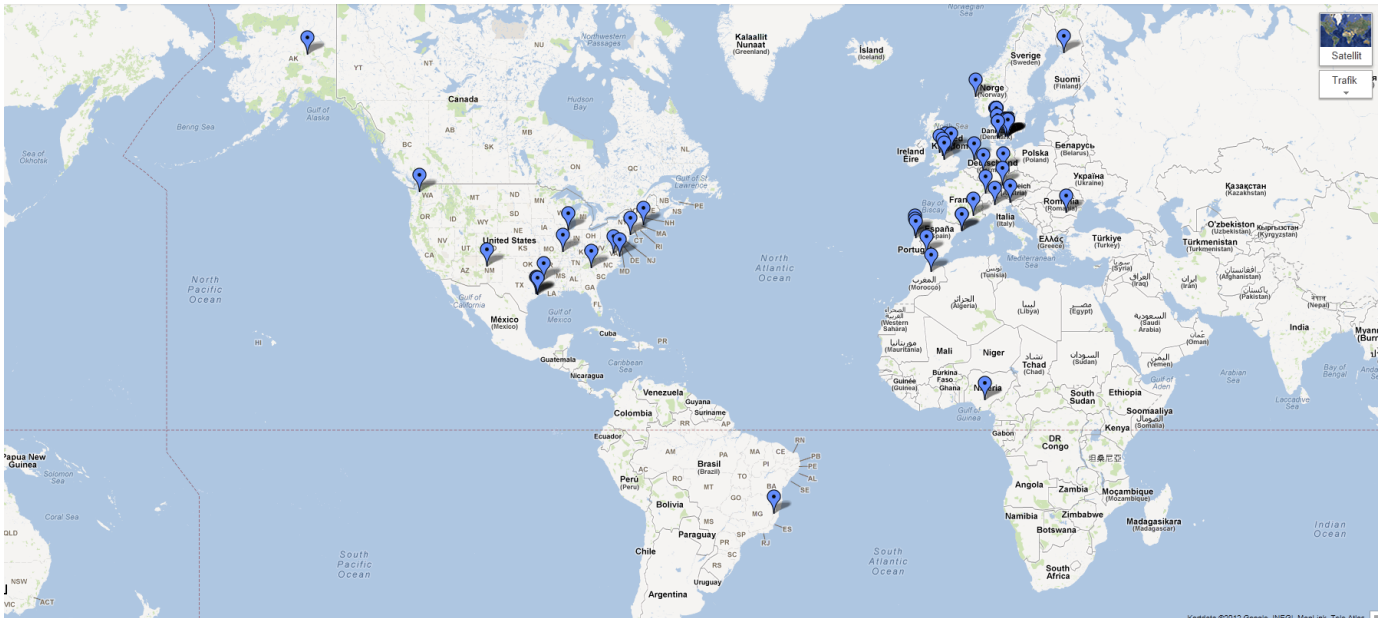
### **BFI and *Academic Quarter***

In the above we have mapped out the implementation of BFI at Aalborg University using a variety of print and electronic documents. Our outline identifies a series of effects caused by BFI and there can be little doubt of the omnipresence of its impact. We now turn to an example of *Academic Quarter*, and here a simple pattern of cause and effect cannot be established. Nevertheless, BFI turns out to play an important role in the history of the journal. It significant that *Academic Quarter* defines itself as primarily a means of research exchange between international scholars in its colophon, but also that it so to speak invites the public to be informed of current and recent research, as the journal is published online and part of the open access policy of Aalborg University, where the journal is physically situated. The journal totally meets the demands of the bibliometrical system through its external, blind peer review procedure with a large panel of reviewers, half of whom are international. The international scope of the journal can be seen from the map (September, 2012) below on which the contributors to the journal have been located:

The number of visitors to the online journal is monitored and counted on a daily basis, and this fact reflects the way points are quantitatively calculated in the bibliometrical system. In a year (October 2011 – September 2012) there were 11,176 visits to the online journal. This large number demonstrates the value of open access and it relates well to Lyotard's concept of the Enlightenment principle that "All peoples have a right to science. If the social subject is not already the subject of scientific knowledge, it is because that has been forbidden by priests and tyrants." (Lyotard, 1979/1997, p. 31)

Where does an online research journal such as *Academic Quarter* stand in relation to the Danish bibliometrical system? *Academic*

Conditions of the Production of Knowledge Today  
 Jørgen Riber Christensen and Jens Kirk



*Quarter* fulfils the three demands about peer review that the review must take place before publication, and that at least one reviewer of an article must be external in relation to the institution, and that reviewers must be researchers at Ph.D.-level.<sup>17</sup> There are no demands that reviews are “blind” or anonymous, and no demands that a certain percentage of reviewers are international. As the journal fulfils these criteria it has been given access to the so-called list of authority at level 1 “the normal level”, which gives an article 1 point, but not the more prestigious level 2, “the high level” with 3 points. However, in the case of *Academic Quarter* the road to bibliometrical authorization was long and not very even. Well before the first issue was published in 2010 the editors applied for admission to the list through the relevant research subject group, which readily endorsed the application to the Danish Agency for Science, Technology and Innovation. However, due to a (documented) clerical or system error *Academic Quarter* did not appear on the authority list itself, and despite inquiries from the editors and from the research subject group to the Agency, the error could not be corrected due to work routines. This meant that the authors of the issue, who had expressed anger and frustration, did not receive points for their work, so the editors spent much time and resources to get this error rectified. Finally, after a year’s struggle and with the energetic help of a local research librarian the Agency found the pragmatic solution that the articles in the issue could belong to next year’s calculation as *Academic Quarter* had been authorized for that year

without problems. Positively, the Agency seems to have become more flexible through time, as it only took one email to correct another error. In the authorization list of journals and book series for 2012 *Academic Quarter* first appeared as a book series, but this was easily corrected. A sense of insecurity and a lack of confidence in the bibliometrical system have unfortunately remained among editors and contributors.

On a more positive note the effect of *Academic Quarter* at Aalborg University seems to have been that researchers use the journal to publish their new and recent research, so that the journal in itself and an awareness of it may have added to the productivity of researchers within the humanities. The fact that there is a locally based journal with a global on-line reach and with an already large international network of other contributors and reviewers has motivated researchers to consider publication of their work as a routine of it. In this sense *Academic Quarter* facilitates research work. An issue often has more than 10 local contributors, and there is a pattern of contributors returning to each new issue with new articles. This fact suggests that the announcement of a future call with its theme may have an inspirational effect on researchers, and the editorial panel of *Academic Quarter* with its international network may help suggest innovative research ideas in this way. Recently, local research groups and cross-institutional research groups with local members have suggested theme issues of the journal, e.g. humanistic leadership research and bestseller and blockbuster culture: books, cinema and television. All in all, through a journal such as *Academic Quarter*, which operates as a crank shaft functioning well within the bounds of the Danish bibliometrical system and as part of the system of performance-based research funding with a clear awareness, good or bad, of the system of calculation of points, there are indications that research productivity – or performance – has prospered under this system. (VBN-redaktionen, 2012)

#### **Condition no. 4: Strategy**

So far we have outlined three important conditions of knowledge of this publication. We have made it abundantly clear how PRFS, and BFI in particular, permeate research management, strategies, policies, and decision making from top to bottom at Aalborg University. We now turn to another major factor determining this particular issue of *Academic Quarter*, *Students' Minutes*. In the beginning of

2011, the Dean of the Humanities invited researchers to forward project proposals in response to her strategic effort at boosting “the integration of research, teaching and knowledge interaction” (Holmfeldt, 2011, p. 1) across the faculty. The idea of *Students’ Minutes* was proposed by the present editors, accepted by the dean, and allocated funds. This special issue, then, attempts to facilitate the conversion of the energy present at the interface of research and education at universities into legitimate and BFI-recognized research. The call for the issue describes it as “consisting of articles which are edited and rewritten projects and theses from our students from all study programmes at the Faculty of Humanities”, but emphasizes that the supervisor of the projects and theses becomes responsible as an active co-author, who must guarantee the scientific level of the articles:

You must make sure that they fulfill the demands of research quality and communication, as the articles are subject to normal, external and anonymous reviews. So you must tell the students about the conditions of research that their articles can receive review feedbacks based on these questions: Can the manuscript be published as it is? Can the manuscript be published with minor adjustments?, Can the manuscript be published with major adjustments?, or Should the manuscript be rejected?

It is obvious that the students whom the researchers and supervisors encourage to publish academically even under these strict conditions may feel tempted to pursue a researcher career, and this is one of the motivations for the special issue. There is also another motivation connected to the system of performance registration: “You become a co-author of the article. For your extra work, you, and your research group, earn any research points allotted by the Danish bibliometrical system.”

### **Conclusion: Much ado about nothing?**

The knowledge contained within *Students’ Minutes* is the result of several conditions that together form two shaping forces, then. First, the demand that research is converted into legitimized knowledge in terms of BFI-points and, secondly, the strategic aim that research, teaching and knowledge interaction are integrated.

In this article we have added to the literature on the effects of PBFS and BFI specifically. By focussing on their effects *within* a specific institution and organisation – areas of impacts that are usually played down in studies because a lack of empirical evidence (Sivertsen and Schneider 2012, pp. 35-36 and Aagaard and Schneider 2012, p 255) – we have shown that the impact of BFI is substantial here. Thus, we maintain that we are not dealing with a situation that can be easily summarised with reference to Shakespeare's comedy of manners which the title of Aagaard and Schneider's (2012) artikel "Stor ståhej for ingenting" (Much ado about nothing) suggests. Rather than a great fuss about something that is really insignificant, which is the meaning they isolate from the pun in Shakespeare's title, we have shown the considerable significance of BFI for the production of knowledge here at Aalborg.<sup>18</sup>

The implementation of BFI at Aalborg has resulted in a series of effects that must necessarily be described as *unintentional* since BFI was only intended to redistribute funds between universities, not within them. Whether those unintended effects – ranging from the creation of a distinction between research active and teaching active staff, to the rise and recognition of *Academic Quarter* as a new publication channel, to the development of policies that legitimise research activities excluded by the BFI-system and its attempt to focus solely on the cranks of publication as a measure of quality, and the allocation of not insignificant sums of money to the Faculty of Humanities – are positive or negative will depend very much on the eye of the beholder. For instance, if you're part of the Faculty of Humanities at Aalborg, it would be perverse not to regard the allocation of *more* funding as necessarily *more* attractive than less. On the other hand, if you believe that research within the hard sciences are greatly underfunded as does the Confederation of Danish Industry (Rønne and Eriksen 2010), you're not likely to agree.

Making available to a world-wide readership new knowledge from the interface of research and teaching, *Minutes*, the journal that you're reading, demonstrates an idealistic manner of engaging the bibliometrical system quite in the spirit of the model of the Humboldt University in a pre-Lyotardian sense, and, at the same time, suggests one of the modes of working within the performance-based research-funding system with its bibliometrical measuring tool, which will constitute an important condition of the production of knowledge in the foreseeable future.

## Notes

- 1 The recent evaluation of BFI in Denmark (Sivertsen and Schneider 2012) does not take into account points of view below the level of the faculty. Aalborg University was represented by its deans and rector. This article offers a corrective to the evaluation.
- 2 Earlier studies on impact tend to categorize a smaller amount of impacts in less systematic ways. For instance, Boston et al., 2005 concerns impact in terms of changes in funding and in terms of unintended changes in the behaviour of scientists. Basing their suggestions on British experiences with PRFS, they claim that social scientists “are likely to take the PBRF into account in determining how they allocate their time between their many and varied responsibilities. A key issue will be whether a particular activity or output is thought likely to “count” under the assessment methodology used in the Quality Evaluation. Activities deemed to “count” will become more attractive; those that do not “count” will become less attractive (inverted commas original) (p. 81). Also, they hold that PRFS are likely to influence scientists in their choices of topics of research and channels of publication in terms of what counts and what doesn’t (p. 82). Lastly, they point out that while PBRF increases “the overall volume and quality of research output” (p. 82), some of the “improvement” merely reflects the growing ability of academics to manoeuvre within the system. Dealing both with the effects of the interaction between university and industry and the introduction of PBRF systems, Aldo Geuna (2001) shows “that the short-term efficiency gains resulting from the quasi-market incentive structure [...] could be counterbalanced by long-term disadvantages arising from unintended outcomes.” (Genua, 2001, p. 607) Among the “negative unintended effects” Genua identifies are the “disproportionate incentives for short-term research” (p. 623) threatening the core university activity of engaging in long-term and potentially path-breaking research and decreasing “the probability of scientific novelty, potentially reducing the new knowledge base from which technological innovations can emerge.” (p. 623). Ben Jongbloed and Hans Vossensteyn also call attention to the “undesired side effects” of performance based funding such as such as “risk-avoiding behaviour” among academics where “only outputs that are easily attainable are produced” (2001, p. 29). Along the same lines, they mention that a focus on research volume may tempt academics “to turn out large numbers of mediocre journal publications instead of releasing fewer, more original ones.”



- 3 "Kommissionen får til opgave at (...) belyse virksomhedernes anvendelse af viden og uddannelse, samt allokeringen af disse ressourcer i økonomien."
- 4 "Skal vi tilskynde de private virksomheder til at forske og udvikle endnu mere?"
- 5 "Den bibliometriske forskningsindikator er en metode til at opgøre og måle videnskabelig publiceringsaktivitet. Publiceringskanalerne er krumtappen i forskernes publiceringsaktiviteter, og indikatoren bygger derfor på de såkaldte autoritetslister over serier (tidsskrifter, bogserier og konferenceserier) og forlag. Indikatoren indgår i finansieringsmodellen til fordeling af universiteternes nye basismidler. Desuden skal indikatoren være med til at motivere forskere inden for alle områder til at udgive i de mest anerkendte og mest prestigefyldte udgivelseskanaler."
- 6 Fully implemented in 2012, the model now distributes 25% of the new core funds according to achievement within the area of research. BFI is also going to play a role in the allocation of research money in 2013-2018 in Denmark. On the basis of an evaluation undertaken by the Ministry of Science, Innovation and Higher Education in the spring of 2012, Danish Parliament has decided to continue the model according to a press statement from the Danish Agency for Science, Technology and Innovation (Styrelsen for Forskning og Innovation 2012b).
- 7 The effect of BFI on individual researchers and their work environment is difficult to assess, but the workplace evaluation (APV) undertaken every three years at Aalborg University should give some indication of how individual researchers have received the model, how it has impacted on their workplace and on the relationship with their colleagues.
- 8 "Ved AAU og SDU har universiteterne innført en lokal viderefordeling av globaliseringsmidlerne til fakulteterne som delvis er basert på fordelingen av BFI-poeng. Her gir dette utgangspunkt for selvvalgt bruk av BFI til flere formål på lavere nivåer."
- 9 "aktivt på flere nivåer som en del av informasjonsgrunnlaget for videre ressursfordeling. Den enkelte forskers forskningsressurser kan således være afhengig av et minimum av forskningsaktivitet uttrykt som BFI-poeng."
- 10 "På Aalborg Universitet anvendes BFI-modellen til interne analyser og fordeling af midler til de enkelte hovedområder, og indikatoren spiller således en central rolle i universitetets forskningsledelse."
- 11 Currently (October 2012) the minimum requirement for qualifying as a researcher is the production of .25 BFI-points over a two year period.
- 12 "For at sikre fortsat ressourcetilførsel til instituttets forskningsaktiviteter i form af videnskabelige stillinger og økonomiske midler er det målet at



forøge den gennemsnitlige BFI-produktion med mindst 25 % i perioden frem til 2015.”

13“Instituttet arbejder på at forbedre medarbejdernes mulighed for forskningsmæssig fordybelse gennem sammenhængende forskningstid med henblik på at fremme produktivitet og kreativitet.”

14“Medarbejdernes opfyldelse af den langsigtede målsætning bidrager til at styrke fakulteternes økonomiske situation og skaber dermed fundamentet for fortsat udvikling af aktiviteterne på instituttet.”

15“Samtidig er det imidlertid også klart, at der herudover er andre publicerings- og forskningsaktiviteter, som det er vigtigt at anerkende betydningen af i forhold til den langsigtede udvikling af forskningen og forskningsmiljøer på instituttet. Et nyt institut-baseret system, BFI+, vil tage højde for de vigtigste mangler i det nationale BFI system.”

16<http://www.maerkk.aau.dk/>, 1.10.2012.

17<http://www.fi.dk/viden-og-politik/tal-og-analyser/den-bibliometriske-forskningsindikator/fagfaellebedommelse/fagfellebedommelse.pdf>, 1.10.2012.

18On a personal note, the authors of the present article want to make clear that they receive one BFI-point to be shared between them. Moreover, the author who is employed at the Department of Culture and Global Studies is allotted a number of BFI+points in recognition of his contribution to the article *and* his editorial work on this issue so that the production of knowledge can be integrated into the organization and its daily work. In this way, BFI+ and the research activities it recognizes as legitimate are the paradoxical consequence of the BFI-system and the attempt to focus solely on the cranks of publication as a measure of quality to the exclusion of all other research activities.

## References

- Aagaard, K., 2011. *Kampen om basismidlerne: Historisk institutionel analyse af basisbevillingsmodellens udvikling på universitetsområdet i Danmark*, Dansk Center for Forskningsanalyse: Aarhus.
- Aagaard, K. and N. Mejlgaard, eds. 2012. *Dansk forskningspolitik efter årtusindskiftet*, Aarhus Universitetsforlag: Aarhus.
- Aagaard, K. and N. Mejlgaard, 2012. På vej mod en ny forskningspolitik, in Aagaard, K. and N. Mejlgaard, eds. 2012. *Dansk forskningspolitik efter årtusindskiftet*, Aarhus Universitetsforlag: Aarhus, pp. 11-35.

- Aagaard, K. and N. Mejlgaard, 2012a. Status og perspektiver, in Aagaard, K. and N. Mejlgaard, eds. 2012. *Dansk forskningspolitik efter årtusindskiftet*, Aarhus Universitetsforlag: Aarhus, pp. 327-352.
- Aagaard, K. and J. W. Schneider. 2012. "Stor ståhøj for ingenting": den danske bibliometriske indikator, in Aagaard, K. and N. Mejlgaard, eds. 2012. *Dansk forskningspolitik efter årtusindskiftet*, Aarhus Universitetsforlag: Aarhus, pp. 229 -260.
- Aalborg Universitet, "Hørings svar til Evaluering af den bibliometriske forskningsindikator." <http://www.fi.dk/nyheder/nyheder/2012/Alle%20hoerings svar%20samlet.pdf>. Last accessed 10.05.12.
- Aalborg Universitet, "Research", 2012a. <http://www.en.aau.dk/Research/>. Last accessed 08.12.12.
- Boston, Jonathan, Brenden Mischewski and Roger Smyth. 2005. "Performance-Based Research Fund – Implications for Research in the Social Sciences and Social Policy". *Social Policy Journal of New Zealand*, Issue 24, March 2005, pp. 55-84.
- Butler, Linda. 2010. "Impacts of performance-based research funding Systems: A Review of the Concerns and the Evidence", in OECD, *Performance-based Funding for Public Research in Tertiary Education Institutions: Workshop Proceedings*, OECD Publishing, pp. 127-65. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264094611-7-en>
- Etzkowitz, H., 1983. Entrepreneurial Scientists and Entrepreneurial Universities in America, in *Minerva*, Vol. 21, pp. 198-133.
- Genua, Aldo. 2001. "The Changing Rationale for European University Research Funding: Are There Negative Unintended Consequences?" *Journal of Economic Issues*. Vol. XXXV. No. 3. September 2001, pp. 607-632.
- Gläser, Jochen, Grit Laudel, Sybille Hinze and Linda Butler. 2002. "Impact of Evaluation-based Funding on the Production of Scientific Knowledge: What to Worry About, and How to Find Out." Expertise for the German Ministry for Education and Research.
- Halkier, Henrik. 2012. "Forskning, monitorering og incitament." Intranet communication. <http://www.intranet.cgs.aau.dk/Forskningsmonitorering-og-incitament/>. Last accessed 11.07.12.
- Hicks, Diana. 2010. "Overview of Models of Performance-Based Research Funding Systems" in OECD, *Performance-based Funding for Public Research in Tertiary Education Institutions: Workshop Proceedings*, OECD Publishing, pp. 23-52. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264094611-4-en>. Last accessed 10.12.12.

- Holmfeldt, Lone Dirckinck. 2011. "Humanioras udfordringer i 2012 – flere studerende, nye medarbejdere, nye lokaliteter og nye strategiske satsninger – kvalitet, glæde og virtuositet." Power Point Presentation. <http://fak.hum.aau.dk/index.php?id=9161&L=2> . Last accessed 10.07.12.
- Holmfeldt, Lone Dirckinck. 2011. "Strategic effort: Development funds for strengthening the integration of research, teaching and knowledge interaction." Pdf-file. <http://fak.hum.aau.dk/index.php?id=9161> . Last accessed 11.07.12.
- Jongbloed, Ben. and Hans Vossensteyn. 2001. "Keeping up Performances: An International Survey of Performance-Based Funding in Higher Education." *Journal of Higher Education Policy and Management*. Vol. 23, No. 2, 2001, pp. 127-145. <http://dx.doi.org/10.1080/13600800120088625>. Last accessed 10.12.12.
- Institut for Kultur og Globale Studier. 2012. *Strategi 2012-15*. Pdf-file. Intranet communication. <http://www.intranet.cgs.aau.dk/Instituttet/>. Last accessed 11.07.12.
- Lytard, J.F., 1997/1979. *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, Manchester University Press: Manchester.
- Lytard, J.F., 1992/1986. *The Postmodern Explained to Children*, Turnaround: London.
- Produktivitetskommissionen, 2012. *Det handler om velstand og velfærd*. Accessible online: [http://www.produktivitetskommissionen.dk/pdf/pk\\_folder\\_SKÆRM\\_enkelt.pdf](http://www.produktivitetskommissionen.dk/pdf/pk_folder_SKÆRM_enkelt.pdf). Last accessed 09.12.12.
- Regeringen, 2003. *Nye veje mellem forskning og erhverv – fra tanke til faktura*. Available on-line: <http://fivu.dk/publikationer/2003/nye-vejemellem-forskning-og-erhverv-fra-tanke-til-faktura>. Last accessed 08.12.12.
- Rønhof, Charlotte and Mads Eriksen, 2010. "Forskningsmidler skal føre til vækst." *Politiken* 5 Dec. Available online: <http://politiken.dk/debat/analyse/ECE1133788/forskningsmidler-skal-foere-til-vaekst/>
- VBN-redaktionen, 2012. "Årets BFI-høst giver AAU smil på læben", <http://www.vbn-redaktionen.aau.dk/Nyheder/Nyhed//fremgang-i-bfi-point-hos-aau.cid71106>, Last accessed 30.08.12.
- Sivertsen, Gunnar and Jesper Schneider (2012), *Evaluering av den bibliometriske forskningsindikator*. <http://faggruppe68.pbworks.com/w/file/54467490/Rapport%2024%2004%202012.pdf>, Last accessed 10.10.12.
- Styrelsen for Universiteter og Internationalisering, "Basismidler efter kvalitet." <http://www.ubst.dk/institutioner-og-okonomi/finansiering/basismidler-efter-kvalitet> last accessed 09.12.12. Last accessed 11.07.12.

Conditions of the Production of Knowledge Today  
Jørgen Riber Christensen and Jens Kirk

Styrelsen for Forskning og Innovation. 2012a. "Hvad er den Bibliometriske forskningsindikator?". <http://www.fi.dk/viden-og-politik/tal-og-analyser/den-bibliometriske-forskningsindikator/spoergsmaal-og-svar>. Last accessed 10.10.12.

Styrelsen for Forskning og Innovation. 2012b. "Evaluering af den bibliometriske forskningsindikator". <http://www.fi.dk/nyheder/nyheder/2012/evaluering-af-den-bibliometriske-forskningsindikator>. Last accessed 10.10.12.

## **Academic History and the Future of the Past**

Contesting the Current Paradigm of Global Governance and Western Temporal and Spatial Epistemologies through Memories and International History From Below by Example of the UN Peacekeeping Operation in the Gaza Strip, 1956-1967

### **Marianne Rostgaard**

*Ph.D and Associate Professor at the Department of Culture and Global Studies, Aalborg University, has recently published books on cultural encounters in Danish colonial history and Danish Trade Policy during the Cold War and articles on state led cultural diplomacy. Currently she is looking at Danish non-state Cold War cultural diplomacy.*

### **Martin Ottovay Jørgensen**

*Ph.D. Student at the Department of Culture and Global Studies, Aalborg University, is looking at UN Peacekeeping through the lenses of the locals and their encounters with the UN troops in the overlapping spaces of 'home' and 'mission area in the Gaza Strip and Cyprus.*

### **Introduction**

Within both the humanities and social sciences attention has been turned towards the spatial and temporal dimensions of Western ways of comprehending the world, as well as Western ways of governing. The academic discipline of history in general, with its roots firmly attached to the western nation-state and empire building projects, has been slow to contribute to the larger project of breaking down ethnocentric epistemologies. It seems, however, that International History now by way of empirically founded studies is challenging the state of affairs on a broader scale and is thus taking part in outlining an alternative future.

An outline of a new way of writing International History is presented below in form of a post-colonial reading of the Cold War United Nations peacekeeping operation in the Gaza Strip from 1956 to

1967. Asking questions that challenge the established narrative, of who has the right to speak and with what authority, the primary aim of this article is to move towards an alternative understanding of the peacekeeping paradigm of the United Nations as a performative dimension of the current paradigm of global governance from the ground up. It will be done, as suggested by the two global historians Michael Geyer and Charles Bright, in a way intended to “shatter the silences surrounding global practices, by tracking them, describing them, and presenting them historically and (...) to facilitate public cultures as free and equal marketplace of communication among the many voices of different histories and memories” (Geyer and Bright, 1995, pp. 1058-1059). This will allow us to begin not only to privilege other ways of relating to time, space and history, but also as called for by the literary postcolonial Madina Tlostanova and the semiotician Walter Mignolo in “Global coloniality and the decolonial option” allow us to shift from postcolonial to decolonial.

### **Academic History, Time and Methodological Nationalism**

Reflecting the Judeo-Christian heritage and changes in perception during the Enlightenment 18<sup>th</sup> to late 19<sup>th</sup> century Western historians saw time as linear, progressive and as divided into ‘past’, ‘present’ and ‘future’. The value of history was lessons for the future. However, with the professionalization of the discipline at the end of the 19<sup>th</sup> century the need to separate itself from other disciplines and to be seen as scientific, historians turned ‘fundamentalist’ severing the dialogue between past and present. Moreover, the discipline became a product of as well as promoter of the nation state with its Eurocentric and interconnected imperial epistemologies and the ‘natural’ character of the different nations and their blue water imperialism as well as colonialism in a similar way as geography with cartography and anthropology with its studies of colonial subjects *Unstuck in time. Or: the sudden presence of the past* (2010), “Geography of War: The Significance of Physical and Human Geography Principles” and “Anthropology and Colonialism”.

### **Twentieth and Twenty-first Century Academic History: New Horizons**

The temporal and spatial foundations of the historical discipline have been challenged with time. The horrors of the world wars and the threat of global nuclear meltdown have had the unquestioned identi-

fication of temporal progression with societal and cultural progression loose some of its appeal. In the 1990's the study of memory in Europe and the US also gained a boost with Pierre Nora's study on French memorial culture. Memory began pushing aside gender, race and class as alternatives to the nation *Unstuck in time. Or: the sudden presence of the past* (2010). While utilising memories and oral history have been done for decades in anthropology, African and working class history, the use of these 'temporal attacks' on the political by contrasting official history with memories of lived history is relatively recent. Studies on for instance memory in the South American authoritarian era, transitional justice in South Africa and Sierra Leone and the Palestinians' use of their memories as a potent weapon against the illegitimacy of Israeli policies and discursive practices have promoted critical philosophising on the relationship between academic history, time and the past (as possessing a spectral grasp) *State Repression and the Struggles for Memory* (2003), *History, Memory and State Sponsored Violence* (2011) and *The Palestine Nakba – Decolonising History, Narrating the Subaltern, Reclaiming Memory* (2012).

The spatial lens of history as practiced in academic history departments has also been adjusted. The rise of international organisations with global reach and an 'international community', Decolonisation, the globalisation of the Cold War in the 1960s, the decline of the state from the mid-1970's as argued in *The Rise and Decline of the State* (1991) and European integration also all posed growing challenges to methodological nationalism and ethnocentric epistemologies giving birth to international history among other fields.

### **International History and Peacekeeping History**

International History addresses international relations in a historical perspective, international organisations as well transnational movements and actions and ideas of NGO's and people 'below' the state orchestrated arenas. Powerful critiques of the current paradigm of global governance are offered by the international historians such as Mark Mazower, Marc Frey and Sönke Kunkel, Matthew Connelly and Amy Staples with their studies of the League of Nations (and therefore British imperialism) as the ideological origins and heritage of the United Nations, how the development regime of the 1960s had substantial colonial ties, how the population movement led to human rights abuses and how the ideas and conceptions of 'devel-



opment' within the World Bank, Food and Agricultural Organisation and the World Health Organisation had a ethnocentric bias and unfortunate consequences still unfolding today. *No Enchanted Palace: The Ideological Origins of the United Nations* (2009), "Writing the History of Development: A Review of the Recent Literature", *Fatal Misconception – The Struggle to Control World Population* (2008) and *The Birth of Development: How the World Bank, Food and Agriculture Organization, and World Health Organization Changed the World, 1945-1965* (2006).

Peacekeeping is part of the current paradigm of global governance, yet it remains less understood what exactly the United Nations Emergency Force in the Sinai Peninsula and the Gaza Strip as the first troop heavy operation designated as peacekeeping included. Military and foreign policy historians have only recently begun paying an interest, but so far held onto familiar state, elite and 'technical' narratives ignoring important contributions on gender, performativity and space thereby leaving the later narratives or perhaps even Barthesian myths of the United Nations and the troop contributing countries unchallenged i.e. *Australian Peacekeeping - Sixty Years in the Field* (2009). This is problematic as the philosopher of history Berber Bevernage has noted that discourses of history are not just neutral descriptions of past and present, but often manifest a dimension of performativity *Memory and State Sponsored Violence* (2011). Hence, history writing is not only about what is being examined and spoken of, but also what voices are silenced.

### **Towards a Postcolonial Reading of UN Peacekeeping in the Gaza Strip, 1956-1967**

As archival researcher and librarian Jeanette Allis Bastian argues "(...) we live in a global society that retains, maintains and promotes many colonial features. From the dominant voices to the silenced ones, the master narratives to the hidden stories, the marginalized to the main stream, each of us is co-opted and colonized (...)" (Bastian, 2002, p. 270). Postcolonial methodologies on that backdrop allow us to focus on the ground levels of international history and emphasise the centrality of the role of imperialism and colonialism in the everyday life. As postcolonial thinking sees the modern colonial regimes as unfinished business in the sense that they were opened negotiated processes as argued in "The Unfinished Business of Colonial Modernities"), the colonial era itself can perhaps also be

seen as unfinished business as something that has never ended and perhaps never will, at least in the foreseeable future.

Although British mandate Palestine and the Gaza Strip as part thereof and Egypt were never full-fledged official colonies or formal parts of the British Empire, it may be argued that, as imperial historian turning global historian John Darwin has done, many intentions and practices were indeed the same. British dominance of not only the Middle East but also of Central Asia hinged on the British presence in the broader Middle East. Moreover, the British and American post-war planning had British Mandate Palestine as well as Egypt as its centre-piece of the defence plans for the Middle East in case of a Soviet southward attack or expansion just as the British presence in Mandate Palestine ended only in 1948 and in Egypt in 1954, only few years before the UN operation providing an almost unbroken link (Darwin, 1999, p. 160). The UN and the United Nations Emergency Force did not succeed the British that had succeeded the Ottomans as yet another imperial regime in the Gaza Strip, however. The UNEF was nonetheless more than an echo of empire as the imperial past still very much shaping the present. The operation was after all formed after the joint British and French imperially motivated invasion of Egypt in 1956 and the Israeli attempt of annexing the Gaza Strip and to secure and supervise the cessation of the so-called '*hostilities*'.<sup>1</sup> Ending '*hostilities*', however, was not the only task. The United Nations Suez Clearance Organization that, although often ignored by scholars, was to clean up the Suez Canal as Egypt had sunk several vessels as a means to pressure the British prior to the invasion. It was vital to the European member states (and therefore the US) as their growth economies depended on the canal for trade and the provision of oil. Western states therefore stood for 99.93% of the loans to the UNSCO just as the mandate for UNEF was granted under the Uniting for Peace scheme from 1950 that allowed for the transfer of a matter of international security to the still Western dominated General Assembly from the Security Council where the Soviet Union had the right to veto resolutions.<sup>2</sup>

The British Empire also made itself present in other ways than by providing the larger part of the intellectual inspiration for the predecessor of the UN, the League of Nations and invading Egypt. The troops of the British Empire had only left Egypt two years before after several decades of military presence. Both the Canadian and Indian troops that took part in UN operation, it should not be forgotten,

came from armies modelled on a combination of British imperial and later military doctrine. The Indonesian contingent also brought the traditions of the Dutch colonial military force, which for many years dictated attending and putting out colonial 'fires' rather than offensive capabilities something that continued under both Japanese occupation in the second 'World War' and the rising American influence from the mid-1960's *The Armed Forces of Indonesia* (1996). The Dutch imperial reverberation was manifest in conversations in Dutch between Indonesian officers and Dutch UN observers investigating incidents on the armistice demarcation line.<sup>3</sup> The memoirs of the (Canadian) UNEF Commander reveals that UNEF, although at inconsequential levels, nonetheless came to depend directly on and support the (albeit weakened) British Empire as the UN force bought vehicles, petrol, oil, medical supplies directly from the British invasion force, most of which appears to have come from the British bases on the crown colony of Cyprus. The UNEF, while taking over the Gaza Strip for a short while as the Israeli occupation forces were moving out, was also trying to get hold of British and American manuals for military governments from the final war years *Between Arab and Israeli* (1962). These manuals built on earlier British imperial or American 'overseas' experience. Moreover, UN records reveal that the maps for the operation came from the British on Cyprus.<sup>4</sup> The critical historians of cartography James Akerman and Matthew Edney emphasize how one cannot distinguish between the cartographic practices of nation-states and empire, how maps are highly partial and hold persistently ideological meanings as well as how they empower their users to discipline and construct territory "Introduction" & "The Irony of Imperial Mapping" emphasizing the need to reflect further on the use of imperial maps by the United Nations Emergency Force. As the geopolitical origin of the invasion of Egypt and the UNEF and its initial supplies were all the same, it is safe to say that this path dependency gave the UN presence a hybrid character.

Several speeches on Days in the Gaza Strip<sup>5</sup>, UN publications and memoirs of higher political and military staff have found that UNEF brought peace to a troubled region by performing a buffer function on the Armistice Demarcation Line (ADL) (i.e. "Peacekeeping and Peacemaking", although Israel and Egypt were allowed build up strategic momentum through renewed war plans, the militarisation of populations and landscapes with fortifications, exercises involving large parts of society, defence lines and mine fields

and the build-up of forces and strike capabilities through the procurement of American, French and Soviet weaponry as well as wage a proxy war in Yemen. Egypt, however, long had Israel lower on its list of priorities than the destruction of Anglo-American regional influence in its struggle for regional hegemony. This plus the fewer encounters that could lead to war gave UNEF an impression of success, but the UN was helpless if intentions changed as events in 1960 with an intense force build-up and the war in 1967 showed in “*Guns for Cotton? Aid, Trade, and the Soviet Quest for Base Rights in Egypt, 1964-1966*”, “Wall and Tower”, “The Plan”, *Britain and the Yemen Civil War, 1962-1965* (2010) and “The Soviet Union and the Outbreak of the June 1967 Six-Day War”.

Moving from ‘big’ to ‘minor’ history of the UNEF, the post-colonial anthropologist Ann Laura Stoler has noted that minor’ histories are not trivial, nor iconic, but marking a differential political temper and critical space *Along the Archival Grain – Epistemic Anxieties and Colonial Common Sense*, (2008). They are, as noted by the anthropologist Lila Abu-Lughad and the sociologist Ahmad H. Sa’di, ‘pregnant with meaning’ (Abu-Lughad and Sa’di, 2007, p. 2).

In UNEF sport and PR events, in which the different troop contingents would compete in sports that were in fact promoted globally by the British Empire over the 19<sup>th</sup> century *Games and Empires: Modern Sports and Cultural Imperialism* (1994) and especially the Canadian and Indian troops during polo games or boxing matches<sup>6</sup>, the UN troops, discursively constructed by the UNEF commanders as soldiering for world peace, brought the imperial structures with them at these events. As another reverberation of the British military or rather imperial practice, the UN force hired primarily Palestinians and Palestinian refugees for unskilled labour with less security and often difficult working loads and hours. This led to conflicts, some out of cultural misunderstandings and others from downright racism that had the ‘lesser’ Palestinian guards working more than UN regulations permitted. In one case it came to a direct conflict and something that could be translated as a strike by Palestinian guards or batmen as they were called against six day work weeks with 10-12 hours of work pr. day. In another case a Palestinian worker was shot when a large group consisting of several hundred workers waiting outside the UN camp in Rafah had been motioned in by the truck drivers without having informed the Indonesian guards. Responding in accordance with camp regulations a worker was shot although

he most probably, along with everybody else, followed a practice established in 'the time of the British'.<sup>7</sup>

The imperial pasts were present in the everyday encounters between the UN soldiers and locals at the ADL. The mental geographies of the UN troops clearly built upon western orientalist works such as Napoleonic and British Mandate era surveys and encyclopaedic works influenced by imperial and orientalist discourses and by Israeli Zionist narratives as the Palestinian historian Nur Masalha and post-colonial Edward Said have shown *The Palestine Nakba – Decolonising History, Narrating the Subaltern, Reclaiming Memory* (2012) and "Permission to Narrate" and much less Palestinian efforts to re-constitute what the heritage specialist Beverly Butler has named a 'remembered presence' of their own histories ("Othering' the archive – from exile to inclusion and heritage dignity). These images and practises were present in the information material which the Danish Army supplied its troops with<sup>8</sup> just as a Canadian officer found Arabs '*emotional, irresponsible and volatile*' and Israel a '*dynamic Western-type State*' in his memoirs.<sup>9</sup> Swedish UN troops called locals 'Ali Babas' as well as adopted Israeli discursive practices of calling most Palestinians fugitives. The notion of infiltrators was also common, even the Burmese and pro-Israeli Secretary General U Thant, educated by the British when Burma was still a British colony, used this term in a public UN report.<sup>10</sup> Danish troops in one case also took at face value the story of an Israeli farmer near the ADL arresting three Palestinians without a shred of evidence of their alleged crime.<sup>11</sup> Often, young Palestinian refugee children, Bedouin youngsters fetching grass for their camels in lands that used to be either owned by their families or problem free to use, new watchmen lost on their patrols or workers with nightshifts wandering home were also arrested by the Danish and Brazilian troops.<sup>12</sup> On the other hand, Israelis were frequently not arrested for similar actions and even taken into Israel against regulations by Finnish UN troops in a few cases of mine injuries.<sup>13</sup>

On several occasions, however, these narratives and mental geographies were contested: When young Palestinian boys would cross over the ADL from Israel and speaking of hopelessness and despair or when a 20-year old Palestinian woman from one of the refugee camps near Gaza City would come to cross the ADL hoping to commit suicide by UN troops to escape her marriage to a 50 year old man with no means and no cheerful future, most probably hav-

ing been person of certain influence, but no longer so in the refugee camp.<sup>14</sup> As the UNWRA began arranging trips to the refugee camps for the UN troops to demystify the refugees, sympathies were gradually forwarded. Charities were held, although in some cases by staging boxing matches, once again making present British imperial practices.<sup>15</sup> Some of the UN officers investigating ADL incidents were in some instances also direct in their reports on Israeli policies or lack thereof in the relatively frequent incidents staged from surrounding Israeli kibbutzes.<sup>16</sup>

What should be clear with regard to archives from these examples is that, as the archive researchers Terry Cook and Joan Schwartz argue, “ (...) archives are not passive storehouses of old stuff, but active sites where social power is negotiated, contested, confirmed” (Cook and Schwarz, 2002, p.1). Just as imperialism and colonialism were in part performed through record keeping “Reading Colonial Records through Archival Lens: The Provenance of Place, Space and Creation”, the archives of UNEF are in this sense an expression and function of itself. The records hold both a deliberating capacity due to the presence of these stories and a marginalising capacity being part of the dominant European/north American bureaucratic archival paradigm related to its imperial predecessors along with cartography and surveying. Moreover, what has been reported and what has not? Reports involving Scandinavian troops seem to be more reoccurring than those of Latin American troops perhaps reflecting a somewhat weaker ‘Weberian’ mentality on incident reporting. Translation is another issue. In one case a hand grenade thrown by an Israeli kibbutzim into a Palestinian home near the ADL was translated into merely having made ‘noise’ when it exploded and almost killed a young Palestinian doing his homework.<sup>17</sup> Over the past decade critically and post-colonially minded archivists have in fact begun promoting privileging other sources and histories over those the archives can provide if warranted i.e. “Excluding Archival Sciences: Oral History and Historical Absence”.

### **Conclusion: The Use of Memories as Subaltern Voices in International History?**

Although reading the UN records and published memoirs against the grain as done here reveals quite a bit, these cases nonetheless strongly indicate that it is more than warranted to turn to the Palestinians, both those originally living in the Gaza Strip as well as those



having been forced to leave their homes from 1948 onwards becoming refugees and the Sinai as well as the various groups of Negev Bedouin. It is not a question of giving them permission to narrate, but rather ask if they are willing to speak and share their own histories. Alas, it is not only about what the archives do and do not speak about; it is also about how we help the 'other' voices get heard. An old Palestinian woman when interviewed by the sociologist Ahmad H. Sa'di tellingly asked him "How can those without lips whistle?" (Sa'di, 2008, p. 385). This is a serious question that needs to be reflected upon.

As worrisome as it is, the implication of not understanding what UNEF, as the first operation in the UN peacekeeping paradigm, has exactly included, is that we most probably do not understand the current operations fully either. History as a discipline hence cannot afford to ignore memories and oral history testimonies from 'within' and especially 'below', whether in regard to UNEF and beyond. The document fetish of historians, still dominant to this day, has left huge gaps in our understanding of the current paradigm of global governance as we have not yet overcome the silences of the archives. In fact, we see memories and other ways of relating to time and experiences as practiced all over the world and academic history as practised globally in history departments as complementary rather than contradictory; it is not a question of academic history *or* memory, but academic history *and* memory. Memories and oral history interviews have in fact been used in studies of peacekeeping (i.e. "MR. UNIFIL' reflects on a quarter century of Peacekeeping in South Lebanon". The UN oral history project also has contributions from top staff involved in the peacekeeping operations in Gaza, Congo and Cyprus. Yet more and different voices need to be heard on the backdrop of an increase in respect for knowledge based on experience less than perceived authority. Despite the difficulties this might entail.

The post-colonial approach to International History and UN peacekeeping utilising memories and oral history interviews therefore holds potential, especially as most of the UN peacekeeping operations have taken place in former European colonies in Africa and Asia and mandate areas in the Middle East.<sup>18</sup> By turning to the memories of those who have been 'peacekept' (or those who have been 'developed') we may begin to know and understand more of how time and space and perceptions of these operate differently around the world as well as how the current paradigm of global governance



works in everyday life and thereby open an alternative future. Just as we accordingly need to acknowledge that academic discourses are therefore not neutral descriptions but carry manifestations of performativity, we also need to face that the challenge of changing what we don't know is anything but unproblematic.

## Notes

- 1 UN Resolution 999, 4/11/1956
- 2 UN A/3719
- 3 Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 14 June 1957, in file Complaints and Investigations April 1957 to June 1957, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives
- 4 Outgoing message from Nelson to Moe Info Byford, 8 February 1957, in file Israel Administration of GAZA, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives
- 5 Speeches by UNEF Commanders on October 24 1964 and 1966, in file Public Information – United Nations Day, 1964-1966, in series S-0530, UNEF Funds, S-0530, United Nations Archives
- 6 See note 4 and Message from HQ Signal Troop to Public Information Officer, 19 December 1964, in file Visual Material, 1964, in series S-0530, UNEF Funds, S-0530, United Nations Archives
- 7 Incident Report by Chief Admin. Off. Assistant, 27 July 1957, in file 1778-0000-148, in series Local Staff Regulations – General Policy, UNEF Funds, S-0530, United Nations Archives and List of Terminated Staff + Annex III from RAfah and El Arish from Chief Personnel Ass. Rafah to Chief, Civilian Personnel, 26 November 1965, in file S-1773-0000-0188, in series General Administration/Disciplin, 1964-1967, UNEF Funds, S-0530, United Nations Archives
- 8 Jensen, T. and B. Grøsfeld, 1959-1966. *Dansk Soldat i Gaza*. Forsvarets Velfærdstjeneste Folk og Værn: København
- 9 Swettenham, J. *Report no. 78: Some Impressions of the UNEF, 1957-1958*. [online] Available at: <http://www.cmp-cpm.forces.gc.ca/dhh-dhp/his/rep-rap/doc/ahqr-rqga/ahq078.pdf>
- 10i.e. Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 27 August 1957, in file Complaints and Investigations July 1957 to December 1957, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives and Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-

- Israeli Mixed Armistice Commission, 31 December 1957, in file Complaints and Investigations July 1957 to December 1957, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives and Office of Public Information, 1967. *Report of the Secretary General on the Withdrawal of the United Nations Emergency Force*. Office of Public Information: New York, p. 14
- 11 Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 2 May 1957, in file Complaints and Investigations April 1957 to June 1957, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives,
- 12 Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 13 May 1958, in file Complaints and Investigations January 1958 to June 1958, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives, Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 18 February 1959, in file Complaints and Investigations July 1958 to April 1959, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 29 April 1959, in file Complaints and Investigations July 1958 to April 1959, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives and Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 29 April 1959, in file Complaints and Investigations July 1958 to April 1959, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives
- 13 Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 8 June 1957, in file Complaints and Investigations April 1957 to June 1957, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives
- 14 Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 7 March 1958, in file Complaints and Investigations January 1958 to June 1958, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives and Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 28 October 1958, in file Complaints and Investigations July 1958 to April 1959, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives
- 15 See no. note 5

- 16 Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 22 September 1957, in file Complaints and Investigations July 1957 to December 1957, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives
- 17 Investigation report from UNMO to Chairman, Egyptian-Israeli Mixed Armistice Commission, 27 June 1957, in file Complaints and Investigations April 1957 to June 1957, in series Political Affairs - EIMAC - Area Files - Gaza Strip -, EIMAC Funds, S-0375, United Nations Archives
- 18 <http://www.un.org/en/peacekeeping/resources/statistics/factsheet.shtml> (last accessed 04/07/2012) and <http://www.un.org/en/peacekeeping/operations/financing.shtml> (last accessed 04/07/2012)

## References

- Akerman, J. R., 2009. Introduction. *The Imperial Map: Cartography and the Mastery of Empire*, pp. 1-11
- Alexander, B., 2006. Excluding Archival Silences: Oral History and Historical Absence. *Archival Science*, 6, 1, pp. 1-11
- Bastian, J., 2006. Reading Colonial Records Through an Archival Lens: The Provenance of Place, Space and Creation. *Archival Science*. 6, 1, 2002, pp. 267-284
- Bevernage, B., 2011. *History, Memory, and State-Sponsored Violence – Time and Justice*. Routledge: New York
- Bright, M. and C. Geyer, 1995. World History in a Global Age. *American Historical Review*, 100, 4, pp. 1034-1060
- Burns, E. 1962. *Between Arab and Israeli*. George G. Harrap and Co. Ltd.: London
- Butler, B., 2007. "MR. UNIFIL" Reflects on a Quarter Century of Peacekeeping in South Lebanon. *Journal of Palestine Studies*, 36, 3, pp. 50-77
- Butler, B., 2009. 'Othering' the Archive – from exile to inclusion and heritage dignity: the case of Palestinian memory. *Archival Science*, 9, 1-2, pp. 57-69
- Burton, A., 1999. The Unfinished Business of Colonial Modernities. *Gender, Sexuality and Colonial Modernities*. 1999, pp. 1-16
- Connelly, M., 2008. *Fatal Misconception – The Struggle to Control World Population*. The Belknap Press of Harvard University Press: Cambridge

- Cook, T. and J. Schwartz, 2002. Archives, Records and Power: The Making of Modern Memory. *Archival Science*, 2, 3-4, pp. 1-19
- Cook, T. and J. Schwartz, 2002. Archives, Records and Power: From (Postmodern) Theory to (Archival) Performance. *Archival Science*, 2, 3-4, pp. 171-185
- van Creveld, M. 1991: *The Rise and Decline of the State*. Cambridge University Press: Cambridge
- Darwin, J., 1999. An Undeclared Empire: The British in the Middle East, 1918-1939. *The Journal of Imperial and Commonwealth History*, 27, 2, pp. 159-176
- Edney, M. E., 2009. The Irony of Imperial Mapping. *The Imperial Map: Cartography and the Mastery of Empire*, pp. 11-45
- Efrat, Z., 2003. *The Plan. A Civilian Occupation: The Politics of Israeli Architecture*. Babel Publishers: Tel-Aviv-Jaffa, pp. 59-78
- Ferris, J., *Guns for Cotton? Aid, Trade, and the Soviet Quest for Base Rights in Egypt, 1964-1966*. *Journal of Cold War Studies*, 13, 2, pp. 4-38
- Frey, M. and S. Kunkel, 2011. Writing the History of Development: A Review of the Recent Literature", *Contemporary European History*, 20, 2, pp. 215-232
- Geyer M. and C. Bright, 1995. World History in a Global Age, *American Historical Review* 100, 4, pp. 1058-1059)
- Golan, G., 2006. The Soviet Union and the Outbreak of the June 1967 Six-Day War. *Journal of Cold War Studies*, 8, 1, pp. 3-19
- Guttman, J., 1994. *Games and Empires: Modern Sports and Cultural Imperialism*. Columbia University Press: New York
- Haning, T. Geography of War: The Significance of Physical and Human Geography Principles. *Focus on Geography*, 5, 1, pp. 32-36
- Horner, D., P. Londey and J. Bou (eds.), 2009. *Australian Peacekeeping - Sixty Years in the Field*. Cambridge University Press: Melbourne
- Jelin, E., 2003/2002: *State Repression and the Struggles for Memory*. Social Science Research Council: London
- Jones, C., 2004/2010. *Britain and the Yemen Civil War, 1962-1965*. Sussex Academic Press: Cornwall
- Lewis, D., 1973. Anthropology and Colonialism. *Current Anthropology*, 14, 5, 581-602
- Lorenz, C., 2010. *Unstuck in time. Or: the sudden presence of the past. Performing the Past: Memory, History and Identity in Modern Europe*. Amsterdam UP: Amsterdam
- Lowry, R., 1996. *The Armed Forces of Indonesia*. Allen & Unwin: St. Leonards, New South Wales

Academic History and the Future of the Past  
Marianne Rostgaard and Martin Ottovay Jørgensen

- Masalha, N., 2012. *The Palestine Nakba. Decolonising History, Narrating the Subaltern and Reclaiming Memory*. Zed Books: Croydon
- Mazower, M., 2009. *No Enchanted Palace: The Ideological Origins of the United Nations*. Princeton University Press: New Jersey
- Rikhye, I. J., 1985. *Peacekeeping and Peacemaking. Peacekeeping: Appraisals and Proposals*. The International Peace Academy and Pergamon Press: New York
- Rotbard, S., 2003. Wall and Tower. *A Civilian Occupation: The Politics of Israeli Architecture*. Babel Publishers: Tel-Aviv-Jaffa, pp. 39-58
- Sa'di, A., 2008. Remembering Al-Nakba in a Time of Amnesia, *Interventions*, 10, 3, pp. 381-399
- Said, E. 1984. Permission to Narrate. *Journal of Palestine Studies*, 13, 3, pp. 27-84
- Staples, A., 2006. *The Birth of Development: How the World Bank, Food and Agriculture Organization, and World Health Organization Changed the World, 1945-1965*. Kent State University Press: Kent
- Tlostanova, M. and W. Mignolo, 2009. Global Coloniality and the Decolonial Option. *Kult*, 6, pp. 130-147

## Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet

Set gennem breve hjem fra danskere udstationerede som gendarmer

### **Marianne Rostgaard**

*er lektor i moderne dansk og europæisk historie på Institut for Kultur og Globale Studier, AAU.*

### **Rasmus Green**

*er cand.mag. i Historie og Samfundsfag og har skrevet specialet "Gendarm i Vestindien – de sidste 10 år af Dansk Vestindiens historie belyst gennem beretninger fra danske gendarmer" (marts 2012). Rasmus Green har sidenhen været lærervikar på Hasseris Gymnasium & IB World School.*

Under det humane danske styre havde negerne vænnet sig til at lægge skylden for det meste af deres modgang på styret. Selv de store havneanlæg på St. Thomas satte ondt. Mange havde haft godt arbejde derved[...]. Befolkningen blev hurtigt klar over, at U.S.A. i første række vilde gøre St. Thomas til fladestation og at reformer ikke spillede den rolle for det ny hjemland som for det gamle. [...] Mangen en forstum dansk-vestindisk farvet borger kom til at mindes, at det danske styre havde været mildt. (Larsen, 1928, p. 350, 367)

Citatet gengiver Kay Larsens formulering af et synspunkt, som har været relativt sejlivet i dansk historieskrivning og stadigvæk lever i populære fremstillinger af Dansk Vestindiens historie. Georg Nørregaard skriver fx i *Vore gamle tropekolonier* (1966), at "det humane danske styre var racemæssig tolerant" (Nørregaard, 1966, bd.3, p. 150), modsat USA. Den nyeste samlede fremstilling, Ove Hornbys *Kolonierne i Vestindien* (1980) lægger hovedvægten på den økonomiske historie og de danske statslige og erhvervsmæssige interes-

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

ser i først at erhverve og siden, da kolonierne i stedet for overskud begyndte at give underskud, afhænde Dansk Vestindien. Ove Hornby fokuserer på den statslige lovgivning og administration, og de overvejelser man gjorde sig i København om kolonien. Relationerne mellem sorte og hvide i Dansk Vestindien er ikke gjort til genstand for en særskilt analyse, men det fremgår af bemærkninger og bisætninger, at Ove Hornby er skeptisk overfor forestillinger om, at den danske koloniadministration generelt skulle have været mere human, end fx den samtidige britiske. Forestillingen om, at danskerne var mindre racistiske og behandlede afrocaribierne mere humant end andre koloniherrer, har således sine skeptikere.

For så vidt som racespørgsmålet overhovedet tematiseres, har dansk historieskrivning haft blikket rettet dels mod ophævelse af slavehandlen og slaveriet, hvor det er rigtigt, at Danmark var den første slavehandelsnation til at ophæve slavehandlen, hvad nogle af forestillingerne om det humane danske styre klart bygger på, dels mod de sidste tiår af Dansk Vestindiens historie, som ofte giver anledning til en sammenligning af det danske og det amerikanske styre før og efter 1916, hvor spørgsmålet om racisme i henholdsvis Danmark og USA inddrages i diskussionen. Også her er det rigtigt, at man ikke i dansk lovgivning kan finde eksempler på lovfæstet forskelsbehandling på grund af race, på den måde man kunne i nogle amerikanske sydstaters lovgivning. Men racisme kan som bekendt give sig udtryk på mange andre måder end som race- eller apartheidlovgivning.

En af de kilder vi har til hverdagens relationer mellem hvide og sorte i Dansk Vestindien i perioden op til salget i 1916, er breve og dagbøger skrevet af danske gendarmere. Breve og dagbøger giver mulighed for at få et indblik i relationer mellem danskere og vestindere, og nogle glimt af dagliglivet, som den statslige administrations arkiver ikke giver mulighed for. Breve og erindringer har tidligere været brugt af Birgitte Livbjerg (2001) i en roman, der bygger på hendes farfars erindringer fra tiden som gendarm i Dansk Vestindien. Lensa Gjedde Olsen (2010) har i sin familiekrønike *Rødder i Nord og Syd* (2010) ligeledes brugt sin farfars breve og optegnelser (han var udstationeret som præst) til at beskrive livet i Dansk Vestindien. Især Birgitte Livbjerg er – med sin indremissionsske farfar som kilde – stærkt kritisk overfor både druk og sex med mindreårige piger i den ”sydens hule” farfaderen oplevede Dansk Vestindien som.



Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

Artiklens kildegrundlag er som sagt gendarmernes egne beretninger i form af efterladte breve og dagbøger. Nogle dagbogs- og brevskrivere har skildret deres oplevelser meget udførligt, fra andre foreligger der mere spredte betragtninger. De benyttede breve og dagbøger findes på Rigsarkivet eller på Det kgl. Bibliotek. De fleste af gendarmene har skrevet dagbøger og breve for at kunne fortælle familien derhjemme om deres oplevelser i Vestindien. Enkelte har formentlig fra starten tænkt en eftertid ind, og selv sørget for, at breve og dagbøger blev afleveret til Rigsarkivet eller Det kgl. Bibliotek. Dele af breve og dagbøger har desuden dannet grundlag for småartikler i forskellige tidsskrifter, trykt mellem 1918 og 1994, hvor forhenværende gendarm er blevet bedt om at fortælle om deres oplevelser i Vestindien.

Der er inddraget beretninger fra menige såvel som officerer, om end der kan ses en mindre overvægt af kilder efter officerer. Udover breve og dagbøger bygger artiklen på gendarmerikorpsets arkiv. Vigtigst heri er hhv. korpsets 'straffeboøger' og 'retsplejeakter', der tilsammen giver et billede af hvilke straffe, gendarmene blev idømt, og hvor mange der overhovedet blev idømt en straf. Artiklen inddrager desuden samtidige artikler om de vestindiske gendarm fra *Ekstra Bladet*, *Illustreret Tidende* og *Social Demokraten*. Kilder fra gendarmerikorpsets arkiv og de samtidige dag- og ugeblade supplerer oplysninger i breve og dagbøger.

### **Gendarmerikorpset**

Gendarmerikorpset blev oprettet i 1906, og gendarmene patruljerede i Vestindiens gader fra 1907 og frem til salget af øerne i 1917. Gendarmernes opgaver var for det meste politimæssige opgaver f.eks. patruljering, udskrivning af bøder og skatter, og at foretage anholdelser. Gendarmene var således den del af den danske administration, der havde størst daglig kontakt med afrocaribierne. En analyse af breve og dagbøger viser, at hverdagen på øerne var gennemsyret af forskelle i såvel rang og stand som race. Den lille gruppe af både fastboende og udstationerede hvide var delt i en over- og underklasse. Gendarmerikorpsets officerer tilhørte overklassen, mens de menige udgjorde en hvid underklasse.

Gendarmene var udstationeret i 3 år, hvilket var langt tid – særligt for de menige. Tjenesten fyldte ikke dagen ud, og fritiden fordrev de menige gendarm bl.a. på Gendarmhjemmet eller i romboderne. Gendarmhjemmet var et sted at mødes, hvor man fx

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

kunne spille billard. Der blev desuden arrangeret fodboldkampe og andre aktiviteter, så de menige havde noget at tage sig til i fritiden. I samtidens danske aviser blev især de menige gendarmers beskyldt for at tilbringe rigeligt med tid i romboderne. (*Ekstra Bladet*, 5/6, 1914; *Illustreret Tidende*, årgang 57, nr. 23, 5/3, 1916, s. 279; *Social Demokraten*, 1/5, 1915) Det fremgår af arkivmaterialet, at en del af de disciplinærstraffe de menige blev idømt, var relateret til indtagelse af betydelige mængder af alkohol. Korpsets officielle straffebøger viser dog, at det selvfølgelig ikke var alle gendarmene, der blev straffet for drukkenskab, det var et mindretal. En af begrundelserne i forbindelse med tildeling af disciplinærstraffe var, at det nedsatte gendarmenes omdømme hos de lokale, når gendarmene drak utilbørligt meget. "Utilbørligt meget" ser ifølge de samtidige protokoller ud til at have været, når man knap kunne tale forståeligt eller stå på benene længere. Problemet var dog ikke kun, at nogle gendarmers ind mellem drak for meget, hvilket kunne gå ud over tjenesten. På gendarmhjemmet måtte der gerne drikkes alkohol, og gendarmene her var bestemt heller ikke altid ædru, men det ser ikke ud til at have resulteret i disciplinærstraffe, kun klager fra (hvide) naboer.

Officererne tilhørte qua deres rang som officerer øens overklasse. Officererne fortæller i breve og dagbøger, hvordan deres liv i Vestindien var langt bedre end deres liv i Danmark. Officererne tilbragte fritiden med tennis, picnics, baller og cocktails på verandaen. De udstationerede officerer indtog en position i samfundet, hvor de kunne omgås den lokale, hvide, overklasse af plantere. De fik hermed en fritidskultur, de uproblematisk kunne indgå i og være en del af. En sådan havde de menige gendarmers i langt mindre grad, selvom bl.a. officererne søgte at skabe rammer om deres fritid med sport, dilettantkomedier m.v., for at holde gendarmene borte fra upassende fritidsaktiviteter.

Officerer og menige gendarmers udgjorde skarpt adskilte grupper, og rang eller mangel på samme havde stor betydning for den sociale placering i samfundet. I det lille kolonisamfund levede de forskellige klasser parallelle men adskilte liv. Officererne tilhørte den hvide overklasse, der foruden officererne bestod af planterne, guvernøren og højere embedsmænd. De menige gendarmers udgjorde en hvid underklasse, som der ikke var nogen parallel til på øerne. Vi vil argumentere for, at en stor del af den samtidige diskussion af de menige gendarmers opførsel, herunder deres drikfærdighed, skyld-

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

tes den spænding der lå i, at de tilhørte den hvide øvrighed, mens en del af deres sociale liv samtidigt udfoldede sig blandt afrocaribierne i romboderne. Som omtalt var der forskel på, i hvilke situationer menige gendarmere blev underlagt disciplinære straffe for at have drukket for meget, hvor det var en skærpende omstændighed, hvis det var sket i offentligt dvs. i romboderne.

### Relationer til øens kvinder

Forskellen mellem officerer og menige bliver blandt andet tydelig, når vi ser på deres relationer til den kvindelige befolkning. Officererne kunne – som en del af overklassen – omgås og flirte med plantageejernes døtre til de mange middage, baller og picnics. De menige kunne derimod kun omgås overklassen, som var lig med den øvrige hvide befolkning på øerne, i professionelt øjemed, eller ved en af de forskellige halvofficielle begivenheder, og kom ikke i nærheden af de hvide planterdøtre. De måtte derfor nøjes med at besøge de afrocaribiske kvinder, hvis de ville have kvindeligt selskab.

De fleste menige omgikkes formentlig udelukkende afrocaribierne, fordi der ikke var kvinder af samme klasse og race som dem selv at ty til. For de fleste gendarmers vedkommende var forholdet til afrocaribierne udelukkende en seksuel relation. Dette ses f.eks. i et brev fra en afrocaribisk kvinde til premierløjtnanten i Frederikssted. Hun skrev, fordi en gendarm havde nægtet at hjælpe hende med deres barn. (Brev til K. C. Zeilau fra Amelia Møller, 11/10 1912) Der findes desuden – i korpsets retsplejeakter – eksempler på gendarmere, der brød ind hos kvinder midt om natten. (Straffebog for gendarmerikorpset, 17/4 1914.) Ligesom der var en sergent, der brød ind hos en kvinde og tvang hende ud på gaden og råbte: "I will fuck you" (Straffebog for gendarmerikorpset, 29/3 1912). At det primært var seksuelle relationer, de menige gendarmere ledte efter hos de afrocaribiske kvinder, ses i en sjofel vise med følgende ordlyd: "Bread stands for bread. I Fuck that girl till she almost dead..." (Gendarm Jens Andersen. Afskrift af visen findes i hans privatarkiv. Oprindelse ukendt.)

Der omtales i materialet enkelte eksempler på, at en menig gendarm giftede sig med en afrocaribier. De forlod tjenesten, og blev boende på øerne. De blev snakket om, men forsvandt i øvrigt ud af "det hvide selskab" på øerne.

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

### Forelskelse i afrocaribiere trods krøller fregner og fortand

Enkelte officerer – såvel som menige – forelskede sig i og giftede sig med en afrocaribisk skønhed. Det var ikke altid velanset blandt deres kolleger, der argumenterede med, at de afrocaribiske kvinder blev tykke og grimme, når de blev gamle. (K. C. Zeilau, 7/2 1912) En officer skrev i sin dagbog, at det var ok at forelske sig i afrocaribierne og få børn med dem, men giftede man sig med dem, måtte man rejse hjem. (Th. C. Zeilau, 9/2 1914) Det ser ud til, at det hørte til "god skik" at betale moderen en eller anden form for kompensation eller underhold til barnet jf. ovenfor, hvor en kvinde rejser en sag, netop fordi en gendarm ikke ville betale til barnet.

Forelsket blev man helst kun i de piger, som det kunne komme på tale at gifte sig med. Det kunne give store personlige kvaler. En officer skriver, hvordan han, paradoksalt nok, havde forelsket sig i den lyskulørte Alma. Når officeren i sin dagbog beskriver sit forhold til Alma, omtaler han bemærkelsesværdigt nok sig selv i 3. person, hvilket tyder på, at han overskred en personlig grænse med sin forelskelse i Alma. Th Zeilau skrev bl.a. om sin forelskelse i Alma på denne måde: "Det er alt sammen Lnt. Z. der hader coulørte af alle grader, men alligevel sætter Miss A., trods krøller, fregner og fortand over dem alle." (Th. C. Zeilau, 25/9 1915)



T.V.: Søofficer med tre af koloniens finere, hvide, piger. Alma (lyskulørt pige) til venstre. T.H.: Officerer på fortets tag med afrocaribiske stuepiger på skødet. HKH. Prins Axel markeret med X.

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

Forskellen på officerernes forhold til afrocaribiske og hvide kvinder kan illustreres med billederne nedenfor – groft sagt var de hvide piger nogle man forelskede sig i, og måske blev gift med, mens de sorte afrocaribiere var nogle man havde seksuelle relationer til. På billedet til venstre ses den omtalte Alma. Alma tilhørte, selvom hun var 'lyskulørt', samfundets hvide overklasse. Alma havde da også været på uddannelsesrejse i Danmark (Th. C. Zeilau: 25/9 1915), her fik hun uddannelse som sygeplejerske og jordemoder. (Paaske, 2009; Dorte Paaske er en fjern slægtning af Alma Latimer.) Der findes i Dansk Vestindiens historie lignende eksempler på at 'lyskulørte', sønner og døtre af øens hvide embedsmænd el. lign., indgik i øens hvide overklasse.

En analyse af gendarmernes relationer til øens kvindelige befolkning giver et indblik i et samfund, hvor race udgjorde en central forskelssættende kategori, som sammen med klasse og køn afgjorde hvilket rum for mulige handlemåder, man havde i det vestindiske samfund.

### **De er som små børn og dovne menneskedyr**

Et sted, hvor racefordommene blandt gendarmene tydeligt ses, er i deres generelle betragtninger om afrocaribierne. En officer skrev f.eks.: "de stinker saa man næsten ikke kan være sammen med dem i stuen, hvis det tilfælde skulde indtræffe, blot man gaar forbi en neger staar der en odeure up fra ham eller hende, der nok skal faa en til at afholde sig fra dem" (Svend Rud Haagensen, 3/9 1916).

Gendarmene, beskrev afrocaribierne som: dovne, ildelugtende, fordrukne, dyrplagere og et fejlt folkefærd. En officer beskriver ligefrem afrocaribierne som: "dovne menneskedyr". (Th. C. Zeilau, 25/1 1916) Gendarmene mente, at afrocaribierne i hele deres gøren og laden stadigvæk havde "slaveblodet" og skulle behandles derefter. (Th. C. Zeilau, 25/1 1916) Det var den generelle holdning blandt gendarmene, at afrocaribierne var at sammenligne med store børn.

Gendarmene så det i nogle tilfælde som deres opgave, som den gode far, at vejlede og opdrage afrocaribierne.

"vi vejlede dem, vi opdrog dem og behandlede dem som børn[...]" (Th. Zeilau, 31/10 1916)

"Desuagtet kan man komme vidt med negeren... De sorte skal behandles med bestemthed, men dog med det gode; man maa søge at appellere til deres æresfølelse og vække

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

kappelysten - hvad man aldrig kan bevirke ved at bruge magt, opnaar man ofte let ved at tale til deres ærgerrighed, ved at skamme dem ud og le ad dem. Kort sagt, behandle dem som smaa børn." (Th. Zeilau, 31/10 1916)

Mange mente, at afrocaribierne skulle opdrages "med piskan over nakken", som ifølge en gendarm var det eneste, de havde respekt for. (C. Zeilau, 9/2 1915)

At afrocaribierne stadigvæk havde "slavesind" – i gendarmernes øjne – betød fx, at når der var brand i byerne eller sukkermarkerne, råbte gendarmene ad afrocaribierne, og truede dem med pistoler for at få dem til at deltage i brandslukningen. En gendarmofficer skrev i et brev hjem til sin mor, hvordan man kan "mestre en neger" ved at slå ham to gange i hovedet med geværkolben, så han blev bevidstløs i 2 – 3 sekunder. (K. C. Zeilau, 24/8 1915)

Det var dog ikke sådan, at alle afrocaribiere var lige slemme i gendarmernes øjne. Gendarmene anså afrocaribierne fra de britiske kolonier, for at være de værste. De "ægte danske negere" blev anset for at være mere oplyste og opføre sig ordenligt, dvs. med tilpas underdanighed overfor gendarmene. (Th. C. Zeilau, 1915, p.1)

Der findes forskellige typer af fremmedbilleder dvs. billeder af relationerne mellem os og "de fremmede". En type af fremmedbillede er det paternalistiske fremmedbillede, hvor "de fremmede" betragtes som naive eller uvidende. De er ikke vore venner, men heller ikke vores fjender, de er som børn, der derfor skal opdrages og undervises (Rostgaard og Schou, 2010, p.21). Børn skal opdrages med det gode, men samtidigt straffes, hvis de ikke opfører sig ordentligt. Det hørte også med til de paternalistiske relationer, at man fx betalte for sine børn med afrocaribiske kvinder, og i det hele taget behandlede sine folk ordentligt. Afrocaribierne i Dansk Vestindien betragtedes på samme måder som folkeholdet på et gods eller en plantage, og et paternalistisk fremmedbillede gennemsyrede på utallige måder relationer mellem de udstationerede hvide repræsentanter for det danske kolonistyre og de indfødte.

Enkelte gendarmere delte ikke majoritetens racistiske og paternalistiske syn på afrocaribierne. Det kom især til udtryk i perioden op til salget i 1916 i forbindelse med diskussioner om afrocaribiernes økonomiske, politiske og sociale rettigheder. At sorte skulle have samme ret til fx at organisere sig i fagforeninger og have almindelige borgerrettigheder, kort sagt betragtes som ligeberettigede bor-



Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

gere, var ilde hørt blandt medlemmerne af den hvide overklasse i Dansk Vestindien, men synspunktet deltes af enkelte menige gendarmere med meningsfæller hjemme i Danmark (Nørregaard, 1966, p. 106; Hornby, 1980, p. 366; Gjedde Olsen, 2010, p. 90).

### Konklusion

Den danske historieskrivning har tidligere brøstet sig af, at det danske kolonistyre ikke var racistisk og at danskerne behandlede afrocaribierne i Vestindien human. At Danmark var mere human argumenteres bl. a. med, at Danmark var det første land til at forbyde slavehandel, at frigivelsen af slaverne forløb fredeligt, og at raceforskelle aldrig blev kodificeret i dansk lovgivning i form af fx raceadskillelseslove.

Breve og dagbøger fra Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet viser, at racismen gennemsyrede Dansk Vestindien. Race (hudfarve) og klasse var, som i alle andre kolonier, uadskilleligt forbundet, så Hvid stort set var ensbetydende med et tilhørsforhold til overklasse og Sort/Farvet med tilhørsforhold til underklassen. De menige gendarmere var som hvid underklasse af samme grund sværere at indpasse i det vestindiske samfund end officerne, som tilhørte overklassen. Systemet var jf. fx Kay Larsen, som afspejler selvforståelsen hos danskerne i Vestindien omkring 1916, "human" på den måde, at overklassen forventedes at behandle deres undergivne ordentligt, så længe underklassen ikke stillede spørgsmål ved samfundets hierarki, og opførte sig som det forventedes af undergivne, kort sagt opførte sig som 'gode danske negre'. Selvforståelsen human skal derfor forstås ud fra en paterfamilistisk forståelsesramme.

Både Birgitte Livbjerg og Lensa Gjedde Olsen, der som nævnt ligeledes har brugt breve og andre optegnelser som kilde, har selvfølgelig bidt mærke i de nedsættene bemærkninger om og måden at behandle de sorte kvinder på, og Lensa Gjedde Olsen bruger, med rette, ordet racefordomme om gendarmernes holdning til afrocaribierne. For ikke at gøre racisme til et spørgsmål om den enkeltes gendarms moral eller mangel på samme, er det for os at se vigtigt at gribe fat i de strukturelle træk, og den måde en lang tradition for raceforskelle satte sit præg på det vestindiske samfund.

Når forestillinger om det danske kolonistyre som mere human end andre samtidige kolonistyrer stadigvæk lever i populære fremstillinger af Dansk Vestindiens historie, skyldes det formentlig, at pa-



ternalistiske forestillinger og nationalistiske værdier sneg sig ind hos faghistorikerne i første halvdel af 1900-tallet, hvorefter forestillingerne relativt ukritisk har kunnet leve videre, fordi faghistorikerne havde mistet interessen for kolonihistorien, indtil den det sidste tiår er kommet igen. Kirsten Thisted pointerer i sin analyse af nationale selv billeder i fortællinger om dansk kolonihistorie i *Hvor Dannebrog engang har vajet* (2008), at dansk kolonihistorie blev skrevet ind i en national fortælling om Danmark. Hovedbudskabet i den nationale fortælling, som fik sin endelige form i 1940'erne og 1950'erne, var 'småt men godt' (Thisted, 2008, p. 12). De tidligere kolonier blev gjort til tidløse eksempler på dansk virkestrang og den danske kolonimagt til fremmer af orden og oplysning. Danmark fremstilledes som "den milde kolonimagt". Om end lille og ubetydelig så moralsk bedre end andre kolonimagter. Det er denne nationale fortælling, som kom til udtryk bl.a. i *Nørregaard* (1966). Kolonihistoriens indplacering i en bestemt national fortælling og nogle bestemte forestillinger om det særligt danske, som ikke havde sin primære rod i kolonihistorien, og hvor kolonihistorien derfor så at sige måtte tilpasses den overordnede nationale fortælling, kan være med til at forklare, hvorfor forestillingen om det danske kolonistyre som særligt human, har været så populær og sejlivet en myte.

## Referencer

### Litteratur

- Gjedde Olsen, Lensa, 2010. *Rødder i Nord & Syd – Grønlandsk og dansk-vestindisk kolonihistorie*, Allgo Press: Tisvildeleje.
- Hornby, Ove, 1980. *Kolonierne i Vestindien*, Politiken: København.
- Larsen, Kay, 1923. *Dansk Vestindien 1666 – 1917*. C.A. Reitzels Forlag: København.
- Livbjerg, Birgitte, 2011. *Vejen til Amerika*, Gads Forlag: København.
- Nørregaard, Georg, 1966. Dansk Vestindien 1880 – 1917 – reformforsøg og Salgsforhandlinger, i: Brøndsted, Johannes (red.), *Vore gamle tropetolonier*, bd. 4, Fremad: København.
- Paaske, Dorte, 2009. *Dansk Vestindisk Selskabs Medlemsblad*, årgang 44, nr. 2.
- Rostgaard, M. & Schou, L., 2010. *Kulturmøder i dansk kolonihistorie*, Gyldendal: København.
- Thisted, Kirsten, 2008. *Hvor Dannebrog engang har vajet*. Tranquebar initiativets skriftserie nr. 2. Nationalmuseet: København.

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

### Trykte kilder

- Andersen, M.E., 1937. Erindringer fra min tjeneste i det forhenværende dansk-vestindiske Gendarmerikorps fra 1913 – 1916, *Grænsevænet*, pp. 18–9, Grænsekorpsforeningen.
- Bach, S.A., 1970. Gendarm på De Dansk Vestindiske Øer, *Historisk Årbog for Thy og Mors*, pp. 443–449.  
*Ekstra Bladet* (5/6 1914).  
*Illustreret Tidende* (årgang 57, nr. 23, 5/3 1916).  
*Social Demokraten* (1/5 1915).

### Utrykte kilder

- Det Kgl. Bibliotek, København  
Jens Andersens privatarkiv:  
Diverse personlige papirer vedr. Jens Andersen, gendarm i Dansk Vestindien (NKS, 1922, 2).
- Rigsarkivet, København  
August Neumanns privatarkiv:  
Emneordnede sager vedr. Vestindien (Pakke 2).  
Fotografier m.m. (Pakke 3).
- Peter Koses privatarkiv:  
1910 – 1950 Erindringer fra b.la. opbruddet med Nakskov, hans tid som sømand, senere rejsen til og tiden som gendarm i Vestindien, og til sidst årene i USA (1 læg).
- Svend Rud Haagensens privatarkiv  
Dagbog 1916 – 17 fra hans tjeneste som Premierløjtnant på de Dansk-Vestindiske øer. Beretning fra 1934 om samme ophold (1 læg).
- Theodor Cizeck von Zeilau privatarkiv  
Familiebreve (pakke 2).  
Diverse personlige papirer (pakke 9).
- Det Vestindiske Gendarmerikorps, Hovedstyrken i Christianssted, Sct. Croix  
Korpsbefalinger (1907 – 1915) 8.8.1-2  
Mandskabsruller for gendarmerikorpset (1907 – 1917) 8.41.1  
Sager til registraturbøger (1914 – 1917) 8.6.12, 11 Retspleje-  
Straffebog for gendarmerikorpset (1915 – 1917) 8.18.1

Race, rang og stand i Dansk Vestindien i begyndelsen af 1900-tallet  
Marianne Rostgaard og Rasmus Green

Forsvarets arkiver (FOARK):

Militære personarkiver, Zeilau (pakke 70 – 75)

Arkivfunktionen Billedmateriale: Forsvarets billedarkiv vedr. Dansk  
Vestindien (pakke 39 A-B)

# Consumption of tattoos

## Getting, Having and Being

**Bodil Stilling Blichfeldt** *is associate professor at the Department of Culture and Global Studies at Aalborg University. Her research and teaching relate to consumption and consumer culture, branding and tourism.*

**Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn** *are master students at Culture, Communication and Globalization, which is an international two-year Master Degree Programme in English, focusing on communicative and cultural as well as social and political aspects of global processes in areas such as marketing, consumption, organizational dynamics, international relations, migration and ethnic relations.*

### Abstract

In recent years the scope of consumption studies has expanded and increasingly includes studies of more 'untraditional' consumption acts. However, few studies have looked at the consumption of tattoos. Tattoos are interesting in a consumption context since they are, literally, very durable 'products' difficult to 'dispose' of. In the paper, we account for the results of a qualitative study of tattoos as consumption that both has tribal elements and is highly intertwined with identity construction. A key finding is that there seems to be major differences between people with only one, or a few, tattoos and heavily tattooed people. To the first group, the decision to get a tattoo as well as the design of the tattoo are crucial, and more often than not the tattoo qualifies as a signifier of a special event, occasion or relation to significant others. To the other group the tattoo itself is of lesser importance as this group enacts being heavily tattooed as tribal and seems more interested in (or even addicted to) the act of actually getting tattooed than in having a tattoo.

## Introduction and Theoretical Background

In their section on tattoos, Wikipedia boldly claims that “during the latter decades of the 20<sup>th</sup> century tattooing became a popular social practice worldwide, and many, if not most, young people today either have aspirations to have a tattoo somewhere on their body or already have one or more”. It seems that tattoos are increasingly used by consumers in order to both define and display who they are. From a consumer behavior perspective, tattoos are interesting as both ‘acquisition’ and ‘disposal’ differ from consumption of other products. Firstly, ‘acquisition’ is painful and entails that the consumer seeks out ‘stores’ (tattoo parlors) that are likely to be unknown and potentially ‘dangerous’ territories. Secondly, ‘disposing’ of a tattoo is both painful and more complicated than disposal of other products. Therefore, consumption of tattoos may be a particular interesting topic insofar we wish to better understand why people engage in various acts of consumption and how this relates to identity creation. Pitts (2003) argues that by means of body modification (including tattooing), the body becomes a space for exploring identity; experiencing pleasure and pain; and establishing bonds with others. In the same vein, Featherstone (1982) argues that in contemporary consumer culture, ‘the outer body’ is increasingly seen as a vehicle for managing appearances and impressions, thus making the body a canvas on which the consumer can inscribe his/her values and identity. Following Featherstone’s lead, in this article we predominantly relate to ‘the outer body’ and tattooing as an act of consumption and do not address more corporeal issues of ‘the body’.

Jenkins (2006) argues that identity is a construction dependent on interaction between oneself and others whereas Giddens (1991) argues that identity also has an internal dimension. Identity can thus be viewed in two complementary perspectives: Personal identity and social identity. In relation to social identity, the individual classifies objects or individuals and associates itself with or relates to something or someone (Jenkins 2006). Identity must thus be confirmed in social contexts, which means that identity is constructed through processes of identification and categorization. Giddens (1991) believes that the individual is reflective and critical to the surroundings (Kaspersen, 2001). In relation to such reflectiveness, Giddens (1991) uses the term self-identity and argues that the individual actively creates identity. Although Giddens (1991) and Jenkins (2006) view identity somewhat differently, both approaches may

contribute to increasing our understanding of how tattoos affect people's identity. As a result, relations between tattoos and internal *and* external identity constitute part of our interview guides.

The term stigma refers to signs inflicted on a person and marking his status. Goffman (2010) argues that stigmatization arises from social interactions among individuals and helps society identify individuals, whose traits and behaviors differ from the 'normal'. Those deviant from the 'normal' are considered to be stigmatized and are therefore often treated differently (Goffman, 2010). Jenkins (2006), on the other hand, does not *per se* define stigma as negative as he believes stigma is a process, which all people go through in order to find out who they are and what their 'place' in society is. Stigma is an important term relating to how the individual identifies both self and others (Jenkins, 2006). Stigmatization can be negative as well as positive and as tattoos certainly seem to qualify as (self-inflicted) stigma it seems interesting to dig into interviewees' enactment of stigmatization.

Another interesting concept in regard to consumption of tattoos is tribalism. Tribes are groups of people, who share a mutual passion - forming the basis for sub-cultures (Barker, 2008). Tribes have certain consumption patterns and tribal communities influence individuals' behavior (Mitchell & Imrie, 2011). One thing all people have in common is the differences from others (Jenkins, 2006) and people must have something in common before they can be called members of a specific group or a category. However, what they have in common cannot be recognized before their differences are also recognized and therefore, where there is inclusion, there must also be exclusion. Categorization is a routinized and practical way for individuals to construct meaning as it helps the individual to identify people by placing them in different categories and thereby create an illusion that we know what we can expect from people (Jenkins 2006). In relation to the study of tattoos, it seems interesting to look at whether all tattooed people are a part of the 'same' group or whether they enact themselves as members of different groups and categories. Tribes take Jenkins' (2006) notion of groups and categories one step further, and it seems relevant to look at communities as well as tribalism. It is not unusual for consumers to be members of several different tribes at the same time and each tribe has its own way of conveying signs with which their members identify (Cova & Cova 2002). Cova and Cova (2002) have identified four different roles a

Consumption of tattoos  
Bodil Stilling Blichfeldt  
Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn

tribal member can adopt (i.e. sympathizer, participant, devotee and practitioner). According to Mitchell & Imrie (2009, p. 46) participants are people, who play an active role and who “socialize’ with the tribe, in physical and virtual spaces”. Devotees are people, who have a long-standing passion, knowledge and involvement with the tribe, but who may not be active frequently and finally, practitioners are people, who in some way are ‘employed’ within the area that the tribe’s devotion centralizes around – e.g. tattooists. These different roles within tribes is the last of the theoretical building blocks that guide the interviews and analysis hereof, which we return to after having introduced the methodological grounding of the project.

### **Methodology**

This paper draws on qualitative research that seeks to develop an understanding of how consumers define themselves through tattoos. Our relativist ontological position implies that there is no ‘one’ truth and our subjectivist epistemology makes us see understanding as a process created through interaction between researchers and interviewees (Guba, 1990). Furthermore, we define the individual as a reflective being, who is able to reflect on both others’ and his or her own actions and intentions. Interviewees contribute with their unique views and stories on tattoos and consequently the project does not seek to investigate the whole population of tattooed people, but instead the key intention is to understand and interpret the interviewees’ experiences in relation to the consumption of tattoos. Kvale and Brinkmann (2008, p. 1) argue that the qualitative research interview “attempts to understand the world from the subjects’ points of view, to unfold the meaning of their experiences, to uncover their lived world” and in order to understand and unfold the interviewees’ points of views and the meanings of their experiences, we applied different qualitative approaches; i.e. observations, expert interviews, in-depth interviews and focus group interviews.

As for the observations, they provided a preliminary understanding of tattoos and tattooing. Amongst other things, these observations included visiting a tattoo convention, tattoo parlors and on-line tattoo communities. As for the three expert interviews, these were interviews with tattoo artists and the key purpose of these interviews was to gain a preliminary understanding of the world of tattooing and to prepare the researchers for the subsequent semi-structured and focus group interviews.



The purpose of the two focus groups was to gain a consumer perspective on the topic. Before starting the interviews, the interviewees were informed what the interviews were about. Introductory questions were asked to get to know the interviewees a bit better and to make them feel comfortable. In this part of the interviews we got to know the interviewees' age, occupation, number of tattoos, etc. Then, the focus group was structured according to questions pertaining to the themes identity (how the interviewee views his or her own tattoos, individual and social identity, etc.), the interviewee's experiences regarding tattoos (Goffman, 2010 and Jenkins, 2006) and tribal signs and roles (Jenkins, 2006, Cova & Cova, 2002, Mitchell and Imries, 2009).

The key source of data is 15 in-depth interviews conducted as conversations between people concerning a specific topic. In these interviews the key topics were identity and consumption in relation to tattoos and understandings were continuously constructed and reconstructed through dialog (Kvale & Brinkmann, 2009). The objective of the semi-structured interviews was to investigate why people get/have tattoos, if and possibly how they congregate in tribes and communities and not least how this influences their self-conception and identity.

Interviewees are rather young (18 to 30 years). This age range was chosen because we anticipated that this period of life relates to 'defining who you are' and therefore very much to identity formation. The interviewees are quite diverse in many ways, e.g. gender, social status, profession and nationality. As for the key source of data (i.e. the 15 in-depth interviews), 11 of the interviewees were Danes and four were from Slovakia, seven were women and eight were men. The youngest interviewee is in his last year in high school and the oldest interviewees are educated teachers; one interviewee manages a toy store and is the father of a 3 year old daughter. However, the other interviewees have no children. A key finding is that interviewees with only one, or a few, tattoos differ profoundly from the heavily tattooed interviewees and in the following sections, we discuss these differences.

### **Identity**

To interviewees with many tattoos, tattoos do not seem to have as much 'personal value' as tattoos have for the interviewees with only a few or one tattoo. Furthermore, people with only few tattoos are

Consumption of tattoos  
Bodil Stilling Blichfeldt  
Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn

more aware of what the tattoo means to them and in most cases the tattoo symbolizes something personal; i.e. a reminder of a specific event or personal value or an image which reminds them of loved ones. One example is Jonathan [all names changed by the researchers], who is 18 years old and has two tattoos, both of which are very important to him. His first tattoo is a 'heartagram' from a heavy metal band, which he has been a fan of since he was 13 years old. He believes that the band has had a major impact on his personality and the tattoo is to honor that he 'found himself' through listening to the band's music and it reminds him who he wants to be. His second tattoo is the one that he values the most. It is an image of an origami bird, which is a tribute to his uncle, who died four years ago. Jonathan tells about this tattoo:

So I was at my grandmother's house and I found this bird that my uncle had folded, like six months before he died and my grandmother is very much against tattoos, but I had told her that I wanted the tattoo, and she said that if I had to get a tattoo with something with [his uncle], she would say that it had to be that, because he folded a lot of those (...) and he was very good at folding paper into things. And I thought to myself, yes that would be a pretty tattoo and a pretty memory

Jonathan's story about the origami bird very much resembles the stories that other interviewees with only one or a few tattoos told. As for the heavily tattooed interviewees, they are very passionate about getting tattooed, but they do not emphasize the 'greater meaning' of the individual tattoos as much. They focus more on tattoos as integral parts of their 'bricolage' of tattoos and on getting more tattoos. Nevertheless, these interviewees also have some tattoos with personal value symbolizing beloved ones. For example, Eric has a big eagle and a banner with the saying 'far' ['father' in Danish] and Mathew has tattoos that symbolize his brother and sister. But basically, the heavily tattooed interviewees argue that they get tattoos because it 'looks good' and they see the total bricolage as body decoration. Pete, who is the most tattooed interviewee, has tattoos on his leg, both arms, his entire back and almost all of his stomach and chest and argues that individual tattoos do not have to have 'larger' meanings; they are body art. When asking Pete if his

Consumption of tattoos  
Bodil Stilling Blichfeldt  
Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn

tattoos say something about him as a person he said: "... I have one on my leg with [a football club], which obviously means something, because I care a lot about it. But the rest is really just something where I found some inspiration and thought it might look good". As exemplified by Pete and Jonathan, interviewees with few tattoos are more concerned with the meaning of their individual tattoos and what they get tattooed than people with many tattoos. This tendency is confirmed by one of the tattoo artists as follows:

Generally people come in and would like to get a very small tattoo, which does not really make any sense, but is really important to them. But when people come in and want to have their whole arm tattooed, they usually say; I want, I want a Japanese arm, there must be color and there must be a fish and then the rest is up to you. That is very typical!

It seems that people are much more aware of what their first tattoo(s) symbolizes than their following tattoos. Furthermore, interviewees with only one or a few tattoos have very personal tattoos. For example, Charlie has a tattoo that symbolizes his engagement to his girlfriend, Pete has a tattoo which reminds him of the way he should live his life and Jonathan has his uncle's origami bird on his arm. On the other hand, when they get an additional tattoo, the heavily tattooed interviewees do not take that much interest in that specific tattoo. Giddens (1991) theory on individual and social identity might explain why the interviewees with few tattoos have stronger feelings and attachments to their tattoos and we return to this issue in the last section of the paper.

### **Why did people start getting tattoos?**

Most of the interviewees were very interested in tattoos for years before they got their first tattoo, thus being 'sympathizers' in Cova and Cova's (2002) words. Furthermore, some of the heavily tattooed interviewees were drawn by tattoos from an early age. For example, one of the tattoo artists tells how he started drawing 'tribals' in the 2<sup>nd</sup> grade and that he got his first tattoo at the age of 17 (by an unlicensed tattoo artist on a boat in the North Sea). In the same vein, 26 year old Eric explains how his fascination of tattoos started:

Consumption of tattoos  
Bodil Stilling Blichfeldt  
Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn

I always knew that I would like to have tattoos. Since I was ten; I have been saying that I wanted tattoos. Because my uncle and dad are very tattooed and I have always been very fascinated by it. [...] Tattoos never scared me because my dad reads a lot of bike magazines where everyone had tattoos and again my family is very tattooed (...) I have always found it fascinating that you can create art that way.

From an early age, Eric was influenced by his father's and his uncle's consumption of tattoos. He has also been affected by his father's biker magazines that made him see lots of pictures of tattooed people. When Eric was asked why he got his first tattoo he said: "At that time I didn't think that I would get as many tattoos as I have today. I'll surely have more, but back then I got tattooed because I thought it was cool, even though, at the time, it was not fashionable to get tattooed". Eric got his first tattoos because he thought that it was 'cool'; not because it was fashionable. It seems that Eric's upbringing and his family's consumption of tattoos had a major influence on him and it seems that the part of Eric's identity that relates to tattoos was created in the interaction with his family and their approach to tattooed people, which he has embraced and been influenced by. Whereas tattoos were part of Eric's childhood, other interviewees tell how they got interested in tattoos although they did not know any tattooed people. For example, Pete has been very fond of tattoos from an early age and got his first tattoo when he was 16. His decision to get his first tattoos was very different from Eric's, since he did not have any family or friends with tattoos. When talking to Pete about why he wanted to get tattooed, he said "it was something that I had thought of for quite some years, and I told my parents when I was 15 that I was ready [to get a tattoo] and then mum, when I was 16, said that if I still wanted to get one, we should find someone who could do it". As this quote shows, Pete's mother allowed him to get tattooed when he was 16 years old, even though no one in the family is fond of tattoos and they think Pete is 'crazy' every time he gets a new tattoo. Pete has obviously gained his interest in tattoos somewhere beyond his close personal relations and it seems to be a very personal decision that he got tattooed. This fits Giddens' (1991) approach to identity as Pete's story indicates a more individual identity creation when it

comes to tattoos than for example Eric, who seems to be more affected by social identity.

### **Categorizations and Tribes**

Although almost all of the interviewees feel some sort of cohesion with other tattooed people, those who identify themselves as enthusiasts and/or practitioners (and who are heavily tattooed) expressed higher levels of cohesion. This cohesion amongst enthusiasts also came across during the field observations, as those spending time at the tattoo parlors with other purposes than getting tattooed were all heavily tattooed. Expressing the feeling of cohesion amongst enthusiasts, Eric explains what happens when he meets other heavily tattooed people: “I check them out and they also check me out (...), I can’t help but looking, when I pass someone who is heavily tattooed. I look and the other person also looks at me and one of us might blink or give a nod: Same as bikers who greet each other on the road.” Eric acknowledges that he belongs to a certain group of heavily tattooed people. Eric is also very passionate about tattoos and categorizes himself as an active tattoo enthusiast, who visits different tattoo studios. He is willing to travel to get tattooed by a certain artist and refers to tattoos as a hobby. This aligns with Jenkins’ (2006) notion of the difference between categories and groups, where coherence with other tattooed people takes Eric from being in the category of being male and tattooed to the ‘next’ level as being a member of a group of heavily tattooed people.

One of the difficulties when studying tribes is to identify them. However, various signs can indicate the existence of tribalism. Cova & Cova (2002) work with both visible and invisible signs in their model of tribes. In our case, the more ‘invisible’ signs are e.g. the experiences that the tattooed people share. As a minimum, all interviewees share the experience of getting a tattoo. However, the experience of actually *getting* a tattoo differs across interviewees with few tattoos and the heavily tattooed interviewees. In particular, this relates to the heavily tattooed interviewees voicing almost an addiction to getting tattooed, or, as Kate explains:

My start was when I was 15 years old and thought that sleeves [entire arm tattoos] were super, super cool; I just wanted that when I would be old enough. There is no doubt that from the beginning when I started, it would end

Consumption of tattoos  
Bodil Stilling Blichfeldt  
Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn

with both arms and maybe more; I would also like to have my back tattooed. In that way it was a tricky starting point to have, because the actual process of getting tattooed relates to an addiction that could be purely physiological; because you do get an adrenalin kick and endorphins. The experience decreases the more times you get tattooed, although the kick is still there. But I would say the first few times that you get tattooed you are so psyched afterwards because you are really nervous and the adrenaline is pumping and endorphins are released...

Rather interestingly, only the heavily tattooed interviewees talk about the 'kick' and 'adrenaline pumping' that they get when they get a tattoo and therefore, and as discussed later, it seems that actually *getting* a tattoo is a much more important element in the consumption of tattoos for these interviewees than it is for those with few tattoos.

As for tribalism, (particularly heavily) tattooed people argue that they share their interests in tattoo studios and at tattoo conventions where people not only go to get tattooed, but also talk about tattoos and get inspiration. This aligns with the field observations and the fact that those being present and involved in conversations in the studios and at the convention were visibly, heavily tattooed. Many of our interviewees and one of the experts pointed to the similarities between tattoo parlors and old fashioned record stores where music enthusiasts meet, not only to *buy* records, but also, or more importantly to *talk* about music. Furthermore, Eric speaks of tattoo parlors as follows:

...you get to meet the tattoo artist, and I really like that. Many new tattoo shops are furnished so that it is possible to do so [hang out and talk]. But they have been like that in Copenhagen for a long time and actually both in England and America for a very long time. They have actually focused on people being able to come in enjoy themselves.

In the same vein, and concordant with our observations, one of the tattooists explains that: "...people often stop by [his tattoo parlor] with an idea, just to check if it is doable, and to hear approximately how much it would be and what other opportunities there are... we see that quite a lot". The heavily tattooed interviewees furthermore

Consumption of tattoos  
Bodil Stilling Blichfeldt  
Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn

define themselves as enthusiastic about tattoos in general, think a lot about their 'next' tattoos (also when one tattoo is still in the making), buy tattoo magazines, want more tattoos in different styles etc. For example, Carly argued: "There are all kinds of genres in the tattoo world and I want all of them. I want a color one, a classic one, I want a black one and I want a rock'n'roll tattoo. It is kind of a cliché but I want it all...". As mentioned previously, to heavily tattooed interviewees (such as Carly) it is not the individual tattoo that matters the most, but instead the bricolage of tattoos they have (and continuously expand) and they like it if this bricolage includes different genres and styles. In this way, the bricolage is used to signify their deep involvement in the tribe consisting of those addicted and/or profoundly belonging to the world of tattooing.

### Conclusion

In order to sum up on the reasons why people get tattoos and how this affects their identity, the notions of *having* a tattoo, *being* tattooed and *getting* tattooed seem to enable us to describe the essence of this type of consumption. Firstly, to people with only one or a few tattoos, *having* a tattoo that signifies something of personal relevance is the key issue. These people get a particular tattoo because it is a 'durable' symbol of something that is important to them (whether it be an event, a personal value or a beloved one) – a symbol they cannot easily and do not intend to ever 'dispose' of, but instead anticipate that they will carry as a self-inflicted stigma for their entire life. In comparison with Goffman's (2010) rather negative view on stigma (as markers that enable 'normal majority' to identify 'deviants'), in general the interviewees enact their tattoos as self-inflicted markers of their identity. As such, their perceptions of their tattoos concord much more with Jenkins's (2006) view on stigma as a process individuals go through (or actively take on) in the quest to define who they are, and the tattoos thus become self-inflicted stigmas in the form of bodily manifestations of the 'place' in society the interviewees wish to occupy. To the people with one or only a few tattoos, the symbol or stigma in the form of a tattoo often relates more to personal than social identity and although the tattoo defines who these people are, they do not necessarily put this symbol on 'display'. As for the heavily tattooed interviewees, although they sometimes told stories about their first tattoos resembling the stories told by the interviewees with few tattoos, to the heavily tat-



toed interviewees *being* tattooed and *getting* tattooed seem to be far more important. As for the notion of *being* tattooed this relates to a more social identity relating to the individual being 'a tattooed person'. As a result, it is the bricolage, not the individual tattoos that matters and it is through the seemingly never-ending process of getting more and more tattoos that these people continuously strengthen their belonging to the tribe dedicated to tattooing. Therefore, it is the bricolage of tattoos, not the individual tattoos, that becomes the self-inflicted and positive stigma that these individuals share with the surrounding society. Furthermore, as these people spend vast amounts of time 'under the needle', they do not only do so in order to enjoy the 'end product'. Instead, the physical act of *getting* tattooed (hereby getting a 'kick' or experiencing an adrenaline rush) is an imperative element of their consumption of tattoos – and an element seemingly not shared with the less tattooed interviewees.

## References

- Barker, C. , 2008. *Cultural Studies: Theory and Practice*. Sage Publications: Thousand Oaks, CA
- Cova, V. & Cova, B., 2002. *Tribal Marketing: The Tribalisation of Society and its Impact on the Conduct of Marketing*. [online]. Available at: Visionarymarketing.com. [http://lola.hec.ulg.ac.be/courses/MARK0006\\_1/pages/modules/module2/cova-tribe-2001.pdf](http://lola.hec.ulg.ac.be/courses/MARK0006_1/pages/modules/module2/cova-tribe-2001.pdf) [Accessed 7 February 2012].
- Featherstone, M., 1982. The Body in Consumer Culture. *Theory, Culture & Society*, 1,2, pp. 18-33
- Giddens, A., 1991. *Modernity and Self-Identity*. Stanford: Stanford University Press: Stanford
- Goffman, E., 2010. *Stigma – om Afvigerens Sociale Identitet*, 2nd edition. Samfundslitteratur: Copenhagen
- Guba, E., 1990. *The Paradigm Dialog*, 1990. Sage Publications: Thousand Oaks, CA
- Jenkins, R., 2006. *Social Identitet*. Academica: Copenhagen
- Kaspersen, L., 2001. *Anthony Giddens: Introduktion til en Samfundsteoretiker*. Hans Reitzels Forlag: Copenhagen
- Kvale, S. & Brinkmann, S., 2009. *InterView*, Hans Heinzels Forlag: Copenhagen

Consumption of tattoos  
Bodil Stilling Blichfeldt  
Emilie Wammen, Zuzana Krystynova and Tobias Bjørn

- Kvale, S. & Brinkmann, S., 2008. *Interviews, Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. Sage Publications: Thousand Oaks, CA
- Mitchell, C. & Imrie B., 2009. Consumer Tribes: Membership, Consumption and Building Loyalty, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23,1, pp. 39-56
- Pitts, V., 2003, *In the Flesh: The Cultural Politics of Body Modification*. Palgrave Macmillan: New York

## Cooking up the self

**Bodil Stilling Blichfeldt** *is associate professor at the Department of Culture and Global Studies at Aalborg University. Her research and teaching relate to consumption and consumer culture, branding and tourism.*

**Marie Mikkelsen** *is teaching assistant at the Department of Culture and Global Studies. In her research and teaching she focusses on consumption and the cultures of consumption.*

**Lisa Brønnum Andersen** *graduated from Aalborg University (2012). She is employed in marketing, and in her work she focusses on consumers and consumer experience.*

### Abstract

Food can be regarded as symbolic as well as a means of socializing. Furthermore, the media landscape is littered with cooking books and magazines, TV cooking programs, gastro blogs and websites, and a constantly increasing number of celebrity chefs. Giving voice to a series of consumers with a particular interest in food, this paper discusses symbolic and social dimensions of food that are central to these consumers. In particular, the interviewees point to food as an example of gift giving, caring, prestige and an important part of one's 'social self'. Moreover, the interviewees point to 'gastro-porn' as entertainment that allows for them to daydream about an 'alternate self'. The paper elaborates on these issues and hereby points to food as imbedded in social webs and the constructions of meaningful selves.

### Introduction

Food structures what counts as a person in our culture (Lupton, 1996, p. 1).

Mary Douglas (1978) argues that taste is culturally shaped and socially controlled and thus, cooking says 'something' about culture and is also a way of expressing a sense of self that may mark boundaries between social classes, cultures etc. (Lupton, 1996; Douglas, 1978; Mintz & Du Bois, 2002). However, in postmodern society creating a sense of self as well as eating practices are complex (e.g.: Lupton, 1996; Giddens, 1991; Smart, 1994; Jantzen & Rasmussen, 2007) and therefore, choosing what to eat/cook can be part of the difficult task of creating sense of self. The web enables the individual to search for recipes and social media coverage of food and cooking is widespread. Further, more and more TV cooking programs and cookbooks appear. This implies a shift from regarding cooking as mundane domestic work to almost seeing it as fine art (e.g.: Jensen, 2008; Christensen, 2008) as chefs give us advice on how to express our sense of self through food in acceptable, yet exciting ways. As such the meanings, discourses and practices around food (in our case domestic cooking and food consumption) seem to be topics of both theoretical and practical interest. Therefore, we wish to investigate whether and how individuals use food to create sense of self. This includes both studying the more symbolic and social dimensions of domestic cooking and looking into why some people watch cooking-programs and if they actually 'use' them, and if not, why do they watch them? The purpose of this paper is thus to discuss how food forms sense of self and how 'gastro-porn' inspires it. By gastro-porn we refer to the ways, in which TV-programs and cookbooks often portray food as perfect, using pornographic features and visual effects, and how this influences the choices made by our interviewees and the way they perceive themselves (Zukin & Maguire, 2004).

### **Theoretical framework**

The theories introduced in this section provide an understanding of how the individual decides which actions are appropriate in the situation at hand (in our case food as everyday consumption). Consequently these theories provide the framework that guides data collection seeking to map out social and symbolic dimensions of food.

According to several authors (Giddens, 1991; Christensen, 2008; Beaudrillard, 2002), people face the burden as well as the freedom to construct their own identities. The postmodern individual communicates using systems, in which the values assigned to objects

refer to other values in a system comprised of 'a real without origin or reality' (Beaumont, 2002). Giddens (1991, p. 4) states that the question 'how shall I live' "has to be answered in day-to-day decisions about how to behave, what to wear and what to eat". This statement is interesting as it is concerned with the way the self can be formed by the choices we make regarding cooking and food. Therefore, the food we choose may reflect how we perceive ourselves or would like to be perceived (Lupton, 1996; Holm, 2003), or, as Fürst (1995, p. 74) phrases it: "Food creates the one who eats it. Thus, it is natural that the eater tries to create her or himself by eating". Although domestic food preparation and consumption is not 'socially visible' to the same extent as, for example, the clothes we wear or the car we drive, several authors argue that the postmodern individual through choices and decisions in all realms of life (and hence also food) create a sense of self (e.g. Giddens, 1991; Beaumont, 2002). In postmodern society, making choices about who to be and how to live may be extremely complex, stressful and risky because information is fragmented, or, as Giddens (1991, p. 73) argues: "Taking charge of one's life involves risk, because it means confronting a diversity of open possibilities". Therefore, by choosing some objects (e.g. particular foods or cooking methods), others are discarded and what is acceptable to eat seems highly influenced by the social context. This might make it difficult for consumers to choose between food stuff because they have to decide whether a particular product is better than another - or in a broader sense, whether one type of diet or cooking style is better than another. This way, eating can be related to the risks of postmodern decision-making: We risk 'becoming' someone we do not want to be, according to what we eat.

Popular culture is infused with food (Lupton, 1996; Fürst, 1995; Holm, 2003; O' Dell, 2002) and food seems to be everywhere; in newspapers and on the web, cooking shows and 'food travelogues' on TV. Since everyone must eat, *what* we eat becomes a powerful symbol of who we are. Once food becomes plentiful and varied, fashion takes over and the lure of novelty, the trendy become markers of identity, which are used to know and show who we are. Just as clothes indicate our trendiness, so does food. Not knowing about certain dishes or ingredients possibly marks one as a social failure and the welter of food books and food programs may make the postmodern individual feel guilty if (s)he does not keep up (Fox,

2010). Could this be one of the reasons for the apparent popularity of gastro-pornographic products?

Smart (1994) argues that glossy cookbooks and the televised celebrity chefs project images of what people can become, yet the expectations of gratification they inspire are never quite realized by the individual. Smart (1994) further argues that cookbooks with celebrity chefs are 'gastro-porn'; pleasurable to look at, but unattainable in practice. In the same vein, O'Dell (2005, p. 57) argues that "cookbooks or the like promote the sale of a consumption of food with pornographic features where the images are separate from the actual practice which here is cooking and eating". Could such gastro-porn represent another way in which sense of self is constructed? Christensen (2008) argues that lifestyle programs activate people's fantasy. Both the cookbooks and the programs revolve around our private sphere and around everyday matters like making dinner. It is factual entertainment giving us advice and inspiration on cooking "...through which we express and develop our identities" (Jensen, 2008, p. 38). This implies that 'gastro porn' affects the ways we express and develop our sense of self. Most cooking programs take a starting point in something ordinary and Christensen (2008) argues that it is an everyday situation that allows the viewer to daydream about something without having to take a stand, and that it is entirely up to the viewer whether (s)he wishes to engage in the activity and make a particular dish. It is argued that we mostly buy certain products because they fulfill a daydream (O'Dell, 2002). Does food help us flee from everydayness into a dream world? Hawkins (2001, p. 417) illustrates how a discourse is created through cooking programs as follows:

...learning how to fillet a fish, or scramble an egg is not just a lifestyle matter, it is about the production of a particular habitus: an arrangement of personal habits, attitudes and rituals that are informed by ethical values and principles: cooking for yourself and your family is being valued here, is being classified as good and, by implication, buying takeaway is bad.

According to Hawkins (2001), consuming 'gastro porn' is not just passive voyeurism. Instead the viewer sees a way of transforming her or his everyday chores into positive projects. We get a glimpse

of someone's personal, albeit staged reality. We find ourselves somewhere between back stage and front stage (Goffman, 1959) in a kind of middle region. It is a glimpse of someone's lifestyle, but it does not normally show his or her intimate relationships. It shows a personal issue, namely cooking, but in neat and clean surroundings. Investigating whether this staged reality influences our interviewees is the second theoretical building block by which empirical work is guided.

Several authors (e.g. Sahlin, 1974; Lupton, 2003) argue that gift giving is a way of validating social relations. Furthermore, gift giving might not only relate to the giving of physical objects but might also (or perhaps even more so) relate to more symbolic acts and practices and therefore, cooking for significant others might resemble acts of gift giving, the purpose of which is to validate social relations. As a result, cooking for others might be symbolic acts that signify an appreciation of guests, partners etc. Fischler (1988) touches upon this issue and argues that food consumption asserts oneness between those sharing a meal. Thus, apart from the oneness caused by joint food consumption that has been studied extensively in the context of families and the domestic dinner, private hospitality (i.e. the act or practice of being hospitable within the context of one's home) might also be a way of building 'oneness' with those, we invite into our homes and share a meal with. As a result, studying the communal meal as a symbolic act incorporating sharing, caring, closeness and/or oneness might add to our understanding of domestic cooking. Investigating whether cooking for others might resemble acts of gift giving that validate social relations is the third and last theoretical building block by which empirical work is guided.

### **Methodology**

The focus of this paper is the socially constructed meanings surrounding domestic cooking and food consumption. Values and beliefs surrounding food are therefore seen as constructed through discourses and affected by historical and socio-cultural processes (Lupton, 1996; Holm, 2003; Fürst, 1995; O'Dell, 2002) and realities are seen as multiple (Guba, 1990; Lupton, 1996; Douglas, 1978; Mintz & Du Bois, 2002). The way we approached the topic was by means of qualitative interviews and through these in-depth interviews we try to understand what food means to the interviewees. As constructionists we see our interviews as meaning-making ex-



periences where knowledge is produced through collaboration between interviewer and interviewee (Hiller and Diluzi, 2003). In order to do 'good' interviews, we decided to only interview people, who were particularly interested in food. People without much interest in food may not have many reflections to share and may not find it interesting to talk about the subject. All in all, the study draws on 13 interviewees, who do not represent a 'segment' as such, but who all are very interested in cooking and make use of various forms of 'gastro-porn'. Included in the sample are both singles and people in a relationship; men and women; people without children and one couple with children.

In order to analyze our thick and rich data, we generated a meta-matrix including both themes originating from the theoretical framework and 'new' themes that emerged during analysis. Although these themes are not exclusive or definite, they constitute the basis for further analysis (Miles and Huberman, 1994), the key results of which we account for in the following sections.

### **Food as gift-giving, sharing and caring**

The interviewees' enactment of food has much in common with the concept of gift giving as a way of validating social relations as proposed by Sahlin (1974) and Lupton (2003). Generally our interviewees expressed a profound appreciation of cooking for others and several of them argue that food is a sign of appreciation of guests, partners etc. They spoke of food as something you make for others and serve to show affection and one of the interviewees (Martin) explicitly compared food to gift giving as follows:

There is a gift in it [food], I mean there is symbolism (...) me and my friends have a football club and we take turns making something together or I invite four people and give dinner [...] then I'll spend time, love and money on making it. There is something ancient in us that when we receive food we receive something valuable. You automatically feel very thankful when receiving food.

Martin argues that giving/receiving food can be a way of demonstrating affection and he uses food to validate his relationship with his friends. Furthermore, he argues that one is thankful when receiving food; thus implying that *his* guests will also feel thankful

when he cooks for them. As social beings we seek to maintain social relationships and food seems very important in this respect. Relationships need to be validated and according to our interviewees, giving significant others a gift and cooking a meal for them are means to the same end; i.e. to validate relations to these significant others. In accordance with Fischler's (1988) argument that food consumption asserts oneness of those sharing a meal, interviewees emphasize the communal meal. To prepare and serve a home cooked meal may create an opportunity to feel closeness and oneness with others (Lupton, 1996; Holm, 2003). Therefore, food as gift giving seems to carry a double connotation as it both contains an external and internal oriented dimension. Accordingly, the food we choose to eat (and particularly the food we choose to serve for others) demonstrates our sense of self to both ourselves and to others.

Both the food we buy and what we do with it, i.e. cooking might relate to prestige. Prestigious food is often defined as luxury foods (Hayden, 1998). The interviewees all talked about prestigious food, but predominantly in connection with having guests over. Also relevant in this connection is Veblen's (1899) term 'conspicuous consumption', i.e. consumption of particular products with the intent to display wealth. According to this definition, conspicuous consumption is to buy and display expensive items. Although most interviewees mention prestige in connection with food, they do so in a different manner than Veblen as they discriminate between prestige as *knowledge* and *skills* and prestige in relation to *shopping*. As a result, serving luxurious and/or prestigious food for others is not only a matter of buying luxuries, but also depends on one's ability to turn these luxuries into a 'good' home-made meal. When our interviewees entertain guests, they often buy luxury products or as Martin phrase this:

There is prestige in food...inviting people over and serving something delicious, in this lies prestige [...] I can afford shopping in [a high priced supermarket], buying delicious things in specialty stores, I go and buy the delicious ingredients and serve them to my guests because I want to. I am going to show them that I appreciate them and that I can afford it (...) it is a way of showing your status.

Martin is very explicit about the conspicuousness of buying expensive ingredients and foods when he has guests. However, being able to afford expensive ingredients is not, according to the interviewees, enough as both Martin and the other interviewees emphasize that it is skills/competences as well as the high prices of these products that make a communal meal luxurious and/or prestigious.

### **Front, middle and backstage**

As mentioned in the theory section we get a glimpse of someone's personal doings in a staged reality through cooking programs. We are not backstage and not strictly front stage but somewhere in the middle (Levy, 1959; Mick, 1986). This could perhaps also apply to communal meals? The guests see the private you, but perhaps a staged, private you. They see the dinner you create, but they do not see the process behind it. You can cook a meal and go "oh I just tossed this together in a jiffy" even if it actually took hours. But your guests do not know this if the work is done 'backstage'; they only see the finished product. Claiming to 'just have tossed something together' (which several interviewees admitted to do) projects a certain image. But one might also exaggerate one's efforts – depending on the role and image one wishes to create. But as guests get to taste the end product, there is a limit to how much one can create a sense of self based on the stories alone; the food, the serving and the context will probably matter more. Several interviewees mention that when entertaining guests it is important to make sure that there is a homely and comfortable atmosphere and this includes both the meal and the setting (i.e. serving/presenting the meal, whether the dining room is tidy etc.). All of this can communicate that one is in control, or as Mette explains:

Interviewer: "You said something about setting the table nicely?"

Mette: "Yes, that is actually quite important... it is like it is connected. I don't feel like making good food, which isn't going to be served properly."

Interviewer: "Like on paper plates?"

Mette: "No, that won't do. It is not like I am posh, but I like to make it cozy (...) so that people feel that it is pleasant [...] I would like to create some kind of illusion (...) about this is how we do it every night [laughing]"

As Mette says, she wants to create an *illusion*, make her guests *believe* that she can manage having guests over, preparing a delicious meal and keep the house tidy at the same time. She seems to know she is not showing an authentic situation as such, but more the middle stage – how she wants others to think they see the backstage. She is also very aware that she is trying to delude her guests, because she carefully plans which effects to put into use, for example serving the food especially nicely, which she would not normally spend time on. She (along with the other interviewees) thus seems to be aware of creating an external image, which contributes to the self she would like to express – to such an extent that they acknowledge that they seek to create illusions.

### Recipes, confidence and inspiration

Across the interviewees, there is a clear pattern suggesting that those who are the most confident cooks also experiment more (e.g. looking at new recipes, trying out new ingredients, adding/removing ingredients). The less confident cooks seem to ‘stick’ more to a recipe *or* cook dishes they are very familiar with. Some of our interviewees express a wish to use recipes more often, but most of them fail to do so albeit they could not really say why as illustrated by Louise:

Louise: “I have a huge folder with recipes on my computer...I am never going to make any of those dishes”

Interviewer: “Why not?”

Louise: “I really don’t know and I would actually really love to be good at it [using recipes]”

Louise says that she does not really know why she collects recipes that she never uses. White and Hoffrage (2009) argue that you need a certain level of confidence before an option can be chosen. So when feeling confident in your own cooking skills and knowledge it is easier to make a choice. However, it is not only the less confident cooks that do not use recipes as some of the most confident interviewees do not use recipes or cookbooks. This is exemplified by Gunnar, who even laughs a bit when he is asked whether he uses cookbooks:

Gunnar: “No I don’t [laughing]”

Interviewer: "Have you ever used cookbooks?"

Gunnar: "Yes, I have sometimes, but it is very, very, very, very rare I use one...Inspiration comes by tasting something or seeing something and then making it your own way. It does not have to be done as the cookbooks or others dictate."

Gunnar experiments by creating his 'own' dishes and he does not seem to fear failure as he seems convinced that the recipes or cookbooks cannot dictate how food should taste. The overall picture is that the interviewees that were more confident cooks might use recipes as inspiration, maybe adding some ingredients or leaving some out because they are confident in their own knowledge. The interviewees who are less confident cooks leaned more towards either following recipes or doing the dishes they know well. The less confident cooks are also less prone to cook for guests and hence, invite people over for a meal less often than the confident cooks. Nevertheless, regardless of their confidence in cooking, all interviewees admit that they are more likely to follow a recipe when having guests and it seems that the safety inherent in following a recipe becomes more important when cooking for others. This implies a difference in the pressure to perform, depending on who one cooks for. Our interviews suggest that when cooking for people you know well, the ordeal is more relaxing, but as relations become looser, risk of failing increases. Eating is part of our socialization; we learn the codes of a meal very early in our lives and subsequently use them to assess the social skills of people (Lupton, 1996; Fürst, 1995). Food can be and is used as an important factor when expressing who you are, want to be or how you want others to see you. This could explain why the more confident the interviewees feel, the easier it seems to make a choice but as the stakes get higher the safety of following a recipe becomes more attractive.

### **Gastro-porn and daydreaming**

O' Dell (2002, p. 58) argues that we often buy certain food products because they evoke daydreams and he continues to suggest that "it is not enough that the food tastes good. It needs to be fresh, trendy and new, just like we would like to portray ourselves". This statement aligns well with our interviewees, who argue that when looking at gastro-porn, they particularly enjoy being immersed into the gastro-

nostic universe on display. For example, Mette made the following remark: "I've always liked watching people cook on TV, I like the way their things are arranged all neatly in bowls. I like that whole universe. [...] It is very aesthetic. I think that's what I like to look at." As Mette suggests, she 'buys into' the entire (seemingly neat and tidy) food universe that is presented in TV cooking shows. According to Jantzen and Vetner (2008), food programs can help viewers realize their own capabilities as the televised chefs show how daydreams can become reality, and they encourage daydreaming by showing dream scenarios in a familiar setting such as the kitchen. Food is real, it is authentic, and it is for everyone – and so is daydreaming and imagining oneself in different roles and this might be a reason why cooking programs and books have become so popular. When we watch cooking programs we feel we get something authentic, even though it is a staged authenticity. However, while knowledge and the 'right' foodstuffs hold positive value to the interviewees, very few of them have tried to replicate the dishes on display. Talking about TV cooking shows, Jesper argues that he sees these programs because "...you dream about the unattainable I think". Although Jesper will never try to make the dishes he sees on TV, he still dreams about making them. When watching the programs the interviewees see a possible reality, which allows them to imagine themselves in that same situation; in another and attractive role. The most commonly voiced reason why the interviewees will not try to make the dishes on display is that they do not know whether they will succeed – will it be as easy as it seems to make the food? Most of the interviewees further argue that they perceive the programs as entertainment and that what they appreciate is the (day)dream of an alternative sense of self, or as Mette L.'s explains why she watches Camilla Plum: "I feel that I want to go there and visit that place where she lives... and it's like... I feel jealous that she has that herbal garden, and is able to make all of those things... it's probably more that it creates a feeling of... that it could actually be really cool if one was ...Camilla Plum" (laughing). Mette, and the other interviewees, watch these programs as part of imagining possible selves, of possible ways to express the self; not because they will actually cook the dishes on display. Accordingly, although the interviewees enjoy watching gastro-porn, this activity does not automatically affect their own cooking practices. Instead, gastro-porn is consumed because it allows the interviewees to daydream and thus, gastro-porn seems to inspire certain senses

of self. Therefore, watching gastro-porn becomes 'safe' as it allows the interviewees to 'cook up an imaginative self' while watching – an imaginative self that will never be 'put to the test' as long as they do not try to make any of the dishes themselves.

### Conclusion

As indicated above, to the 13 interviewees the social dimension of food is crucial as food is used as a 'prop' in their 'doing' relations with others. As a result, food becomes symbolic as it represents gift giving, sharing and caring. As another result, much is at stake when interviewees invite people over for dinner and consequently, confidence in cooking becomes omnivorous. Those who are less confident either follow recipes carefully or stick to 'safe' dishes and set-ups whereas the most confident cooks are more inclined to rely on internalized knowledge and to experiment. Finally, although all of the interviewees watch cooking programs and read cook books, this relates to daydreaming more than it is directly used when 'cooking up the self' in the quest to use food to communicate with socially significant others. What is particularly interesting is that when discussing social and symbolic meanings of food, interviewees point to private hospitality/home entertainment. Obviously, interviewees also prepare and consume food alone and/or as part of everyday practices that do not involve guests. However, according to our interviewees it is particularly situations in which one serves food for guests that are infused with social and symbolic meanings. As a result, whereas everyday cooking for - and food consumption together with - our closest family and relatives might not be a big deal, the table turns, so to speak, when food is served for, and consumed together with, guests. In these situations, it is not the acts of cooking and consuming food that are the key ingredients, instead, the act of creating an illusion (in Mette's words) about who one is becomes the center of attention and thus, identity creation in the form of 'cooking up the self' becomes a much riskier task than simply serving a meal.

### References

- Baudrillard, J., 2002. The Precession of Simulacra. In Meenakshi, G. D. & D. M. Kellner Eds): *Media and Cultural Studies: Keywords*. pp. 521-549. Malden, MA and Oxford: Blackwell Publishers
- Christensen, C. L., 2008. Livsstil som TV-underholdning. *Journal of Media and Communication Research*, 45, 23-36



- Douglas, M., 1978. *Cultural Bias*. Royal Anthropological Institute: London
- Fischler, C. (1988): Food, Self and Identity. *Social Science Information*, 27(2), 275-292
- Fox, R., 2010. *Food and Eating: An Anthropological Perspective*. Oxford: Social Issues Research Center
- Fürst, E., 1995. *Mat – Et Annet Språk*. Pax: Oslo
- Giddens, A., 1991. *Modernity and Self-Identity*. Stanford University Press: Stanford
- Goffman, E., 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Social Sciences Research Centre: Edinburgh
- Guba, E., 1991. *The Paradigm Dialog*. Sage: Thousand Oaks, CA
- Hawkins, G., 2001. The Ethics of Television. *Int. Journal of Cultural Studies*, 4,4, pp. 412-426
- Hayden, B., 1998. Practical and Prestige Technologies. *Journal of Archaeological Method and Theory*, 5,1, pp. 1-55
- Hiller, H. & L. DiLuzio, 2003. The Interviewee and the Research Interview. *Canadian Review of Sociology*, 41,1, pp. 1-28
- Holm, Lotte, 2003. *Mad Mennesker og Måltider*. Munksgaard: Danmark
- Jantzen, C. & T. Rasmussen, 2007. *Forbrugssituationer*. Aalborg Universitetsforlag: Aalborg
- Jantzen, C. & M. Vetner, 2008. Underholdning, Emotioner og Personlighed. *Mediekultur* 45, pp. 3-22
- Jensen, P., 2008. The International Extent and Elasticity of Lifestyle Television. *Mediekultur* 45, pp. 24-45
- Levy, S., 1959. *Symbols for Sale*. Harvard Business Review, 37, pp.117-124
- Lupton, D., 1996. *Food, the Body and the Self*. Sage: Thousand Oaks, CA
- Mick, D., 1986. Consumer Research and Semiotics. *Journal of Consumer Research*, 13,2, pp. 196-213
- Mintz, S. & C. Du Bois, 2002. The Anthropology of Food and Eating. *Annual Review of Anthropology*, 31,1, pp. 99-119.
- Miles, M. & M. Huberman, 1994. *Qualitative Data Analysis*. Sage: Thousand Oaks, CA
- O'Dell, T., 2002. *Upplevelsens Materialitet*. Student Litteratur: Helsingborg
- Smart, B., 1994. *Digesting the Modern Diet*. In K. Tester (Ed): *The Flaneûr*, pp. 158-180. Routledge: London
- Veblen, T., 1899. *The Theory of the Leisure Class*. Penguin Press: New York
- White, C. & U. Hoffrage, 2009. Testing the Tyranny of too much Choice against the Allure of more Choice. *Psychology and Marketing*, 26,3, pp.280-298
- Zukin, S. & J. Maguire, 2004. Consumers and Consumption. *Annual Review of Sociology*, 30, pp. 173-197

## Hvad er forfatterskolelitteratur?

**Peter Stein Larsen,**

*f. 1959, Dr.phil og ph.d. Professor i nordisk litteratur ved Aalborg Universitet. Anmelder ved Kristeligt Dagblad. Har senest redigeret *Interaktioner* (2009) og *Kulturtrafik* (2011) samt skrevet bl.a. *Drømme og dialoger. To poetiske traditioner omkring 2000* (2009) og *Natthemlens poetik. Studier i moderne nordisk lyrik* (2011).*

**Martin Gregersen,** *f. 1988, og Tobias Skiveren,* *f. 1987, begge stud.mag. i Dansk og Filosofi samt instruktører ved Aalborg Universitet. Anmeldere ved *Kulturkapellet – tidsskrift for kunst- og kulturformidling*. Har senest sammen publiceret ”Surrealisme’ – en relancering af et prosabegreb” i *Synsvinkler – tidsskrift for nordisk litteratur og sprog*, nr. 45, 2012.*

Følger man med i den offentlige litterære debat, kunne man få det indtryk, at den litteratur, der skrives af forfatterskoledimitterende, er strømlignet, smal og selvoptaget – for næsten overalt titter sådanne påstande frem. Et eksempel kunne være Marie Tetzlaffs anmeldelse af forfatterskoledimitterende Amalie Smiths *De næste 5000 dage* (2010), der fremhæves som et typisk forfatterskoleværk, fordi ”[h]endes hybridroman er tynd, består af små tekster og foregår i et lille, beskyttet miljø” (Tetzlaff, 2010). En tilsvarende generalisering finder man hos Niels Lyngsø, der i sin anmeldelse af en anden dimittends debut, nemlig Alf Christensens *Aftenskum* (2004), karakteriserer tidens tone i almindelighed og Forfatterskolens i særdeleshed med følgende kommentarer: ”[H]an behersker det, der (i hvert fald i miljøet omkring Forfatterskolen) synes at være tidens tone: en mild naivisme med et let ironisk skær, løs og henkastet med lidt (iscenesatte) privaterier og lidt gøren nar af traditionel poesi – alt sammen i en skødesløst snublende stil.” (Lyngsø, 2004). Når Tetzlaff og Lyngsø kommer med sådanne udsagn, forudsætter de, at der findes noget sådant som ”forfatterskolelitteratur”, der kan indkredses stilistisk-genremæssigt, og antyder endvidere en fordom,

Hvad er forfatterskolelitteratur?  
Peter Stein Larsen  
Martin Gregersen og Tobias Skiveren

som Susanne Staun skråsikkert anfører, nemlig at forfatterskolen "udklækker smalle forfattere og ikke hverken episke eller genreforfattere" (Staun, 2010).

Man kunne spørge sig selv, om sådanne generaliserende påstande om skolens frembringelser stemmer overens med, hvad der egentlig er på spil? Går man til den præliminære faglitteratur, som dog kun behandler den tidlige forfatterskolelitteratur (dvs. den fra omkring 90'erne),<sup>1</sup> kan man måske nok foranlediges til at få denne opfattelse. For man finder ikke bare en lignende karakteristik i enkelte artikler, som når Thomas Bredsdorff i sit bidrag i antologien *Modernismen til debat* (2005) skriver, at "[f]orfatterskolens dimittender og instruktører søger en anden tradition. Leg og system og overflade rykker fra sidesporene ind på hovedsporet" (Bredsdorff, 2005, p. 168). Man møder også i den nyeste store litteraturhistorie, fembindsværket *Dansk litteraturs historie* (2006-2009), kongeniale udlægninger. Således konstaterer Lars Handesten heri, at forfatterne omkring Forfatterskolen – i modsætning til de mere journalistisk funderede forfattere – "var teoretisk og formelt interesserede og lagde sig op ad en modernistisk og avantgardistisk tradition" (Handesten, 2007, p. 560). Selvom Handestens og Bredsdorffs signalementer udspringer af studiet af de første årgange fra Forfatterskolen, er det altså slående, hvordan de stemmer overens med den aura, der tilsyneladende stadig i dag omgærder skolen, godt 25 år efter den blev grundlagt af Poul Borum og Per Aage Brandt i 1987.

At Forfatterskolen ikke er enig i sådanne lettere reducerende karakteristikker af dets frembringelser kan ikke undre, og går man til Forfatterskolens deklarerede målsætning (Forfatterskolen.dk) og rektor Pablo Llambías' forord til skolens afgangsanologi fra 2011, ja, så har piben da også en helt anden lyd ("Mangfoldigheden i litteraturen længe leve" (Forfatterskolen, 2011, p. 5)). Forvirringen må derfor siges at være total: hvad er forfatterskolelitteraturen egentlig for en størrelse?

Det er det spørgsmål nærværende artikel<sup>2</sup> ønsker at bidrage til besvarelsen af, når vi nu, med udgangspunkt i et studie af samtlige af det nye årtusindes forfatterskoledebutere (til og med 2011)<sup>3</sup> – mere præcist 44 stk. – vil præsentere de tre mest fremtrædende traditioner, hvorfra dimittenderne henter deres litterære værktøjer. Det drejer sig om de tre traditioner *avantgarden*, *prosalyrikken* og *prosarealismen* og i denne sammenhæng mere specifikt om et

Hvad er forfatterskolelitteratur?  
Peter Stein Larsen  
Martin Gregersen og Tobias Skiveren

meget lille udvalg af de greb, traditionerne hver især forbindes med, nemlig henholdsvis *konceptualisme*, *den uhøjtidelige holdning* og *det sandsynlige karakterportræt*.

### Arven fra tre traditioner

Når vi i det følgende taler om arven fra avantgarden, er det for at beskrive det forhold, at mange forfatterskoledebuter benytter sig af greb, der er blevet forbundet med det, man – uagtet alle uenigheder om begrebet – op igennem tiden har kaldt 'avantgarde'. Og det har man som bekendt om mange ting: alt fra 20'ernes ekspressionisme til 60'ernes opbrud fra modernismen. Når begrebet derfor kan siges at dække over en lang række forskellige -ismer og bevægelser, er det klart, at man også finder en varieret palet af avantgarde-greb, hvor de mest brugte blandt dimittenderne er montage, readymade, konkretisme, surreale billeddannelser og konceptualisme.

Stiller man skarpt på sidstnævnte, kan man overordnet sige, at vi her har at gøre med en strategi, hvor der snarere fokuseres på idéen bag værket end på dets stil. Værket udgør derfor en selvrefleksiv praksis, i hvilken elementer og strukturer fra det traditionelle kunstværk problematiseres og demonteres og på den måde sætter spørgsmålstegn ved institutionelle konventioner (jf. Alberro, 1999 og LeWitt, 1999). Det gælder f.eks. det skønlitterære værks traditionelle rammer, altså alt fra hvor et værk kan begynde og slutte, over hvorvidt forfatteren selv skal skrive det, til hvad en bog i det hele taget er. I litterær kontekst blev begrebet 'konceptualisme' første gang brugt i 2003 (jf. Dworkin, 2012, p. 10). Craig Dworkin forstår konceptualisme som "a poetry of intellect rather than emotion" (Ubu, 2003); en definition, der ikke bare er på linje med ovenstående fremhævelse af idéen – som jo netop er en intelligibel størrelse – men også en af de helt store konceptuelle forfattere, Kenneth Goldsmith, når han i et essay skriver, at "[k]onceptuel litteratur er mere interesseret i en *tænkere* end en *læser*" og fortsætter på urokkelig manifestfacon: "Læselighed er det sidste, der falder denne poesi ind. Konceptuel litteratur er kun god, når idéen er god; ofte er idéen meget mere interessant end de tekster, den frembringer" (Goldsmith, 2010, p. 77).

En interessant idé er netop, hvad man finder bag Chresten Forsoms debut, hvor kernen uden tvivl består i konceptet om det åbne og uafsluttede værk, idet bogen ikke bare er titelløs, men også demonstrativt undlader kolofon, interpunktioner, sidetal, forside, bag-

Hvad er forfattereskolelitteratur?  
Peter Stein Larsen  
Martin Gregersen og Tobias Skiveren

side og traditionel grafisk opsætning i øvrigt og dermed tydeligvis både tematiserer og problematiserer traditionelle konventioner om læseretning, og om hvor et værk begynder og slutter. Man kunne også nævne Maja Lee Langvads *Find Holger Danske* (2006), hvori der optræder en række Max Frisch-inspirerede (se Frisch 2008) spørgeskemaer til forfatterens biologiske mor. Et eksempel lyder:

1.  
Hvor ofte tænker du på mig:
  - a Dagligt?
  - b Sjældent?
  - c Aldrig? (Langvad, 2006, p. 9)

Der kan næppe herske tvivl om, at det at rejse et sæt spørgsmål til en biologisk mor, som formentlig aldrig vil blive besvaret, er selve essensen i teksten, der på den måde fremhæver visse moralske implikationer ved adoption. Om de enkelte sætninger er æstetisk tilfredsstillende, kan man sætte spørgsmålstejn ved, men at spørgeskemakonceptet er det, der fremhæver problematikken, er evident.<sup>4</sup>

Går vi videre til næste tradition, prosalyrikken, kan den russiske litteraturteoretiker Michail Bachtin, som Peter Stein Larsen har vist (Larsen, 2009, pp. 152-217), fungere som en oplysende figur. I værket *Ordet i romanen* (1935-36) skitserer Bachtin nemlig lyrikken som en monologisk, homogen og autonom genre, der er rensed for enhver form for (dialog med) socialt forankret sprogbrug. I modsætning hertil sættes prosaen, der er kendetegnet ved "forskelligsprogethed og sprog mangfoldighed", netop fordi "[p]rosaisten [ikke] renser [...] ordene for intentioner og toner, som er fremmede for ham, han dræber ikke kimen til den sociale forskelligsprogethed" (Bachtin, 2003, p. 99).

I det, vi her kalder arven fra prosalyrikken, forstås således en videreførelse af en tradition, hvor lyrikken indoptager flere af de karakteristika, som Bachtin fremhæver som særlige for prosaen. Resultatet bliver en hybridgenre, hvor centrallyrikkens rensede sprog influeres af de for prosaen så velkendte hverdagsdiskurser ('fremmede ord'), og hvor monologiciteten brydes af flerstemmighed – to helt centrale kendetegn og altså kunstgreb i denne tradition.

Når poesien benytter 'fremmede ord', altså når det prosaiske hverdagsprog er blevet et stilistisk mulighedsfelt, man potentielt

Hvad er forfatterskolelitteratur?  
Peter Stein Larsen  
Martin Gregersen og Tobias Skiveren

kan udbygge sit digteriske ordforråd med – tit i en flerstemmig komposition – så medfører det ofte en form for uhøjtidelighed i forhold til den sakrale aura, lyrikgenren traditionelt forbindes med. Hos visse debutanter kommer uhøjtideligheden endog til udtryk i noget, der ligefrem ligner et poetologisk mantra, som i lyset af den seneste tids opmærksomhed på amerikansk poesi kan have sit forlæg i Frank O'Hara og hans selvironiske programskrift "Personism: A Manifesto" (1959). Når Niels Frank et sted knytter begreber som "det uformelle, det snakkesalige, den henkastede lærdhed" (Frank, 2007, p. 152) til O'Hara, er der ikke langt til det omtalte manifestets sidestilling af poesigenren og noget så uhøjtideligt og hverdagsligt som en telefonsamtale. At Franks beskrivelse imidlertid lige så vel kunne have været møntet på forfatterskoledebutanten Theis Ørntoft, der må siges at skrive med afsæt i O'Hara's poetik, kan der næppe herske tvivl om:

Dovner helt igennem en dag  
tager det helt afslappet  
jeg går ud i køkkenet og kigger mig lidt omkring  
jeg har lige købt en dvd med Phil Collins

skider to gange den dag – wow! (Ørntoft, 2009, p. 7)

Hos såvel O'Hara som Ørntoft er uhøjtideligheden et indlysende greb, idet vi har at gøre med en ligefrem, hverdagsproglig diktion og et henkastet jeg, der fortæller alt – betydeligt og ubetydeligt – uden fine fornemmelser for, hvad man kan tillade sig at skrive om i et digt.<sup>5</sup>

En sidste tradition, dimittenderne trækker på, er prosarealismen, hvorved man forstår en transhistorisk skrivemetode, hvis grundlæggende pejlemærke er at skabe "gengivelser ("efterligninger" mimesis) af virkeligheden" (Aristoteles, 2006, p. 11), som det lyder i Aristoteles' *Poetik*. Dette princip skal dog ikke opfattes sådan, at realismen leverer en 1:1 gengivelse af virkeligheden. Først må man nemlig, som Per Stounbjerg har gjort opmærksom på, bemærke, at realismen er "akkurat lige så kunstig som andre repræsentationssystemer, hvor meget den så end besynger det kunstløse" (Stounbjerg, 2002, p. 14). Dernæst bør man også redegøre for, hvad man overhovedet mener med et sådant begreb som 'virkeligheden'. "Troværdighed vinder realismen netop ved at henvise til en socialt accepte-



ret virkelighed" (ibid., p. 19), lyder Stounbjergs bud, hvor sandheden om det filosofisk problematiske begreb 'virkelighed' forlades til fordel for et intersubjektivt funderet sandsynlighedsbegreb.

Helt centralt i denne tradition står grebet *det sandsynlige karakterportræt*,<sup>6</sup> hvad alene et blik på nogle af realismens hovedværker kan bekræfte. Når f.eks. Henrik Pontoppidan i *Lykke-Per* (1898-1904) og Martin A. Nexø i *Pelle Erobreren* (1906-10) leverer troværdige og sandsynlige skildringer, så er den grundlæggende idé, at læseren skal se karakteren, som var den et genkendeligt, almindeligt menneske. Dog må man, som Per Krogh Hansen påpeger, holde fast ved karakterens dualitet: "Det kunne være mennesker... (...men er altså tekstlige konstruktioner)" (Hansen, 2002, p. 50) og således atter betone det mimetisk-transparente og det konstrueret-artificielle som modstridende, men dog integrerede dimensioner i realistisk litteratur.

Katrine Buchhave Andersen leverer i debuten *Eva* (2007) en sådan sandsynlig personschildring i form af single-kvinden Eva (bemærk atter sammenfaldet med titlen), der inaktivt læner sig tilbage og enerverende zapper fra det ene program til det andet som en art allegorisk skildring af zappergenerationens vilkår, hvor unge har så mange (uoverskuelige) valg, at de risikerer at stå handlingslammede tilbage; et vilkår, der tydeligvis italesættes i romanen, hvor der ofte, som i følgende citat, knevres løs i en kaotisk stil, der selvfølgelig spejler Evas indre forfatning:

Så ville hun læse medicin og være læge, som hendes far og hans far, fordi hun vidste, de ville smile og sige, at det lå i generne, og at det da også var det mest fornuftige. Og så ville hun det. Og nogle gange vil hun det stadig, men der er også så meget andet, hun gerne vil [...]. Og det er det, der er svært. At vælge det andet fra, som hun også gerne vil, og være sikker på, at det er det rigtige, hun vælger. (Andersen, 2007, p. 180)

På trods af Evas forsøg på at motivere sig selv til at vælge og handle, så ender fortællingen alligevel ud i en lettere resignerende flugt fra denne paradoksale tvangsmæssige valgfrihed, når bogen slutter med ordene: "Så tænder hun for fjernsynet" (ibid., p. 230).<sup>7</sup>

## Exit

Hvad er så forfatterskolelitteraturen for et fænomen? Ovenstående har konstateret, at man finder tre væsentlige litterære traditioner, *avantgarden*, *prosalyrikken* og *prosarealismen*, hvorfra dimitten-



Hvad er forfatterskolelitteratur?  
Peter Stein Larsen  
Martin Gregersen og Tobias Skiveren

derne frit lader sig inspirere og henter kunstgreb (og som nævnt har det ikke været muligt at udlægge alle greb her). En væsentlig pointe er dog, at de enkelte kunstgreb – også på tværs af traditionerne – kan optræde samtidigt i det samme værk, idet der f.eks. i den omtalte roman *Eva*, der er overvejende realistisk, også findes avantgardistiske greb som konkretisme. Så selvom vores studie viser, at hele 30 debutanter i et eller andet omfang har benyttet sig af avantgardens greb, 18 af prosalyrikkens og 15 af prosarealismens, kan man altså ikke konkludere, at vi har at gøre med eksempelvis 30 rendyrkede avantgardistiske værker.

Det indtryk, der står tilbage efter endt læsning af debuterne, er altså, at forfatterskolelitteraturen ikke er en genre (hvis man overhovedet kan tale om en sådan) for fastholdere, ikke er en homogen samlet størrelse, men nærmere en broget og mangefacetteret litteratur, der ikke stemmer overens med de i dagspressen og faglitteraturen så udbredte (mis)forståelser – i hvert fald hvis man læser et bredt udsnit af dimittenderne og ikke kun dem, der måske påkalder sig mest opmærksomhed og således konstituerer opfattelsen af forfatterskolelitteraturen i offentligheden. For på trods af det forhold, at der også er visse grænser for mangfoldigheden,<sup>8</sup> så må man konkludere, at brugen af de mange forskellige kunstgreb fra vidt forskellige traditioner tegner et billede af en blandet litteratur i stadig udveksling med litteraturhistoriens mange forskellige strømninger.

## Noter

- 1 For et perspektiv på forfatterskoleprosaen fra denne periode se Dorthe Øbergs og Anne Tofts *Det litterære væksthuis* (1997), der med en kombineret ekstern og intern tilgang forsøger at påvise en kongruens mellem skolens undervisning og elevernes tekster fra perioden 1987-1996. Vores arbejde adskiller sig på flere punkter fra dette værk, idet vi udelukkende fokuserer på tekstinterne forhold og behandler såvel poesi som prosa fra årgangene efter årtusindskiftet.
- 2 Nærværende artikel er en stærkt reduceret udgave af et arbejde foretaget af Tobias Skiveren og Martin Gregersen på Aalborg Universitet 2011-2012.
- 3 Det drejer sig mere præcist om debuter, udgivet inden 2012 af eleverne fra årgang 2000-2002 og frem til og med 2009-2011. Debuterne er enten skrevet under eller efter elevernes forfatterskoleophold.

Hvad er forfatterskolelitteratur?  
Peter Stein Larsen  
Martin Gregersen og Tobias Skiveren

- 4 Et greb, man også kan sige er til stede i debuter af Rasmus Graff, Martin Glaz Serup og Morten Søkilde.
- 5 Den uhøjtidelige holdning stikker ofte næsen frem, men er særligt tydelig hos bl.a. Peter-Clement Woetman, Anders Søgaard og Mads Eslund.
- 6 Et andet fremtrædende er minimal-realisme.
- 7 Af andre debuter, hvor grebet *det sandsynlige karakterportræt* er centralt, kan nævnes Hanne Højgaard Viemose, Henriette E. Møller og Alan Milter Jacobsen.
- 8 Når debuterne i større eller mindre grad vælger visse udsigelsesformer, som jeg-fortælleren i prosaen og flerstemmighed i poesien, kan man måske tale om en form for overordnet tendens, selvom den alvidende fortæller og centrallyrikken også kan findes.

## Referencer

- Alberro, A., 1999. Reconsidering Conceptual Art 1966-1977, in: Alexander Alberro og Blake Stimson (red.): *conceptual art*, The MIT Press: Cambridge, MA.
- Christensen, A., 2004. *Aftenslum*, Borgen: København.
- Andersen, K. B., 2007. *Eva. et styk vestlig hjerne med kvaps i knolden fx*, Anblik: København.
- Aristoteles, 2006. *Poetik*, på dansk ved Poul Helms, Hans Reitzels Forlag: Gylling.
- Bachtin, M. M., 2003/1935-36. Ordet i poesien og ordet i romanen, in: *Ordet i romanen*, på dansk ved Nina Møller Andersen og Alex Fryszman, Gyldendal: København.
- Bredsdorff, T., 2005. Modernismekonstruktion og avantgardekonstruktion. I anledning af et gensyn med 1960'ernes sære fortællere, in: Anne Borup m.fl. (red.): *Modernismen til debat*, Syddansk Universitetsforlag og Gyldendal: København.
- Dworkin, C., 2012. Introduktion, in: Vanessa Place og Robert Fitterman: *Notater om konceptualismer*, på dansk ved Lene Asp og Henrik Majlund Toft, Edition After Hand: Århus.
- Eslund, M., 2005. *Stærkt røde sokker til slidte blå jeans*, Anblik: København.
- Forfatterskolen.dk. [www.forfatterskolen.dk/skolen/historie](http://www.forfatterskolen.dk/skolen/historie)
- Forfatterskolen, 2011. *Forfatterskolens afgangsanologi 2011*, Basilisk: København.
- Forsom, C., 2009. *Ingen titel*, Anblik: København.

Hvad er forfatterskolelitteratur?  
 Peter Stein Larsen  
 Martin Gregersen og Tobias Skiveren

- Frank, N., 2007. Den anden tradition in: *Alt andet er løgn. Essays om moderne litteratur*, Gyldendal: Gylling.
- Frisch, M., 2008/1992. *Spørgeskemaer*, på dansk ved Maja Lee Langvad, Basilisk: København.
- Graff, R., 2010. *Folkets prosa*, Edition After Hand: Århus.
- Goldsmith, K., 2010. *Konceptuel poetik*, på dansk ved Pejck Malinovski, Basilisk: København.
- Gregersen, M. og Skiveren, T., 2012. *Det åbne redskabsskur. Hovedstrømninger i det nye årtusindes danske forfatterskolelitteratur*, pt. upubliceret bachelorprojekt ved Aalborg Universitet.
- Handesten, L., 2007. Forfatterskole, tidsskrifter og oplæsningskultur in: Klaus P. Mortensen og May Schack (red.): *Dansk litteraturs historie. 1960-2000*, Gyldendal: København.
- Hansen, P. K., 2002. Det kunne være mennesker... (...men er altså tekstlige konstruktioner), in: *K&K 94*, nr. 2, 30. årgang.
- Jacobsen, A. M., 2007. *Mand i parcelhus*, People's Press: København.
- Langvad, M. L., 2006. *Find Holger Danske*, Borgen: Valby.
- Larsen, P. S., 2009. *Drømme og dialoger. To poetiske traditioner omkring 2000*, Syddansk Universitetsforlag: Viborg.
- LeWitt, S., 1999. Paragraphs on Conceptual Art in: Alexander Alberro og Blake Stimson (red.): *conceptual art*, The MIT Press: Cambridge, MA.
- Lyngsø, N., 2004. Bobledigte, in: *Politiken*, 17.02.2004.
- Møller, H. E., 2007. *Jelne*, Gyldendal: København.
- Nexø, M. A., 1988/1907. *Pelle erobreren bd. 1-2*, Gyldendal: København.
- O'Hara, F., 1991. *Selected poems*, redigeret af Donald Allen, Carcanet: København.
- Pontoppidan, H.: *Lykke-per*, 1980/1898-1904. Gyldendal: København.
- Serup, M. G., 2002. *Shylas ansigt*, Lindhardt og Ringhof: København.
- Smith, A., 2010. *De næste 5000 dage*, Gyldendal: København.
- Staub, S., 2009. Ensidighed i Statens Kunstfond in: *Politiken*, 28.03.2009
- Stounberg, P., 2002. Tilforladelighed og underliggørelse. Om realismen in: Stefan Iversen m.fl. (red.): *Om som om – realisme i teori og nyere kunst*, Akademisk Forlag: Viborg
- Søgaard, A., 2001. *Digte 1*, Gyldendal: København.
- Søkilde, M., 2007. *Pan. En fabel*, Arena: København.
- Tetzlaff, M., 2010. Nuet kaster ekko, og tiden er porøs in: *Politiken*, 21.08.2010.
- Ubu, 2003, *The UbuWeb. Anthology of Conceptual Writing* [online] Tilgængelig på <http://www.ubu.com/concept/> [sidst set 15.10.2012].

Hvad er forfatterskolelitteratur?  
Peter Stein Larsen  
Martin Gregersen og Tobias Skiveren

- Toft, A. og Øberg, D., 1997. *Det litterære væksthus. Forfatterskolen og prosaen 1987-1996*, Odense Universitetsforlag: Odense.
- Vimose, H. H., 2011. *Hannah*, Gyldendal: København.
- Woetman, P., 2005. *Heldigvis er skoven blevet væk*, Borgen: København.
- Ørntoft, T., 2009. *Yeahsuiten*, Gyldendal: København.

# Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich

Die Darstellung Deutschlands in *Weekendavisen*

**Jan T. Schlosser**

*f. 1972. Ansat ved Aalborg Universitet siden 1998. Ph.D. sammesteds i 2002 med afhandling om Ernst Jünger. Publikation af artikler og bøger om tysksproget litteratur i det 19. og 20. århundrede, især om Jünger, Joseph Roth, Wolfgang Borchert og Martin Walser (herunder dansk-tysk kulturtransfer), om DDR-litteraturen samt om dilettantisme-problematikken.*

**Sandra Tyra Helms**

*f. 1987, Cand. mag. i tysk og samfundsfag, blev færdiguddannet ved Aalborg Universitet i 2011. Har igennem sit studie specialiseret sig i tysk kultur- og samfundsforhold. Født og opvokset i Kiel i en tysk-dansk familie, tog en tysk studentereksamen, bosiddende i Aalborg siden 2006 og arbejder med kommunikation, implementering og processer som projektleder for Falck A/S.*

## Einleitung

Im Laufe des 21. Jahrhunderts hat die Bedeutung der deutschen Sprache in Dänemark zusehends abgenommen, welches sich besonders deutlich daran zeigt, dass die Fähigkeit der Dänen, deutsch zu sprechen, zurückgegangen und der in Dänemark aktive deutsche Wortschatz in Folge dessen regelrecht geschrumpft ist. Nach der Jahrtausendwende hat sich die Verwendung einzelner deutscher Begriffe im Dänischen zu einem Ausdruck von *Coolness* gewandelt. Dänische Cafés und Fernsehsender übernehmen die häufig grammatisch falschen Wendungen und integrieren diese in ihre Marketingstrategie, wofür *Märkbar* und *Normalerweize* Beispiele sind (Den store Danske, Artikel, tysk). Eine mögliche Quelle der Ursachen für diesen Rückgang könnte die Berichterstattung der dänischen Medien über die gegenwärtige deutsche Kultur, Gesellschaft und den Staat Deutschland darstellen. Die Medien haben

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

durch die Darlegung eines beträchtlichen Teils der Informationsgrundlage über Deutschland großen Einfluss auf die Meinungsbildung der dänischen Bevölkerung über Deutschland und die Deutschen. Die im Folgenden vorgenommene linguistisch-diskursive Analyse beruht auf Zeitungsartikeln, die der Wochenzeitung *Weekendavisen* vom 5. November bis 1. Dezember 2010 und vom 7. Januar bis 11. Februar 2011 entnommen wurden. Um die Gefahr eines zu großen Fokusses auf *ein* in den Medien gerade zu dem Zeitpunkt hervorgetretenes, bestimmtes Thema zu minimieren, wurden zwei unterschiedliche Untersuchungszeiträume ausgewählt. Methodisch wird mit quantitativer und qualitativer Zeitungsanalyse gearbeitet, wobei das Augenmerk auf Letzterer liegt. Nicht die Darstellung von reinen Nachrichten steht im Fokus, sondern vielmehr die auf subjektiven Ansichten basierenden Kommentare und Darstellungsmuster. Der Vergleich von Langers Untersuchung mit der Darstellung Deutschlands in *Weekendavisen* soll zeigen, ob die Resultate Langers nach einem Jahrzehnt noch als aktuell bezeichnet werden können. Da Langer das Genre der Wochenzeitung in seiner Untersuchung nicht mit einbezogen hat, soll diese Analyse Rückschlüsse darüber ermöglichen, ob das Genre der Wochenzeitung Einfluss auf die Darstellung Deutschlands in dänischen Medien hat. Die in der Analyse verwendete Theorie umfasst die kritische Diskurstheorie von Norman Fairclough (Fairclough, 2002, p. 3) und die Ergebnisse von Roy Langers Untersuchung *Die Darstellung Deutschlands in dänischen Medien*, die vergleichend herangezogen wird, sowie Theorie über Stereotypen, Vorurteile und Meinungsbildung (Kuschel, 2007). Ein wichtiges Element der Analyse ist die Intertextualität, durch die eine divergierende oder konvergierende Meinung über ein Thema zum Ausdruck gebracht werden kann (Fairclough, 2002). Auch der Begriff der Modalität ist in dem Zusammenhang von Bedeutung; durch die Modalität, welche durch die Verwendung von Modalverben, Zeitangaben sowie Vorbehalte verbalisiert werden kann, drückt der Autor den Grad seiner Affinität zu seinen Äußerungen aus – Ein Diskurselement kann z.B. als allgemeine Wahrheit oder subjektive Meinung dargelegt werden. In jeder Form von Interaktion positioniert der Autor seine Identität im Verhältnis zu seinem Gegenüber. Im Vergleich dazu untersucht der Begriff der Transitivität, in welchem Verhältnis Ereignisse und Prozesse zu Subjekten und Objekten stehen (Fairclough, 2002). In der Analyse wird zudem berücksichtigt, dass jede kommunikative Be-

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

gebenheit in drei, zueinander in einem dialektischen Verhältnis stehenden Dimensionen unterteilt wird: 1.) in die textuelle Dimension. 2.) in die diskursive Dimension, die die spezifischen Prozesse um die Produktion und Konsumption des Textes beinhaltet und 3.) in die soziale Praxis-Dimension, welche die institutionellen und organisatorischen Bedingungen um das diskursive Geschehen herum zum Inhalt hat. Gerade durch die o.g. Dialektik zeigt sich, wie der Diskurs einerseits festgehalten und andererseits durch die sozialen Strukturen konstituiert wird, nur um diese wieder zu beeinflussen (Fariclough, 2002). Neben Roy Langers Medienanalyse gibt es noch eine Reihe anderer Veröffentlichungen, die an dem dänischen Deutschland-Diskurs mitgewirkt haben, wie beispielsweise das 1993 verfasste *Das deutsche Gespenst* von Otto Holzapfel, in dem die zu dem Zeitpunkt bestehenden Vorurteile seitens der Dänen über die Deutschen untersucht werden. Das Werk beschreibt die dänische Angst vor einem durch Deutschland dominierten Europa. Ebenfalls wird eine stereotype Karikatur der Deutschen in Form des in überdimensionierter Form dargestellten Altkanzlers Helmut Kohl aufgezeigt, der Lederhosen, einen preußischen Militärmantel tragend und einen großen Bierkrug haltend abgebildet ist, während das kleine dänische Mädchen völlig in den Hintergrund rückt.

### Der Diskurs

Die Wochenzeitung *Weekendavisen* ist in fünf Sektionen gegliedert – *Samfund*, in der nationale und internationale Politik behandelt werden, *Kultur*, in der überwiegend Reportagen innerhalb der Genres Film, Musik, Theater, Architektur und Museen gebracht werden, *Bøger*, die nationale und internationale Rezensionen von den neuesten Büchern, Essays und Interviews enthält, *Ideer*, in der auf neuste Forschungsideen jeglicher Art eingegangen wird und zuletzt die Sektion *Faktisk*, die als Zeitungsteil für Kinder zu charakterisieren ist und auf die im Folgenden nicht näher eingegangen wird. Aufgrund des begrenzten Umfangs eines Artikels werden in der folgenden Analyse nicht alle in der Abschlussarbeit analysierten 24 Zeitungsartikel eingehend behandelt.

In der am 5. November 2010 publizierten Rezension *Tysklands Kennedy-klan* von Jesper Vind Jensen werden das von Olaf Jessen verfasste Werk *Die Moltkes – Eine Biografie einer Familie* sowie die Verbindungen der Familie zu Dänemark behandelt. Im Text wird die deutsche Adelsfamilie mit der dänischen Geschichte in Verbindung



Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

gesetzt: „*Et værk, der også har stor berøringsflade med nogle høj-dramatiske sider af dansk historie, der ellers næsten er gået i glemmebogen.*“ Die durch Transitivität geschaffene Kopplung kann als Versuch gewertet werden, die Gemeinsamkeiten Dänemarks und Deutschlands hervorzuheben. In der auf Intertextualität basierten Schlagzeile *Tysklands Kennedy-klan* wird die deutsche Adelsfamilie als Pendant zur Kennedy Familie bezeichnet, wodurch der deutschen Familie Berühmtheit und Bedeutung beigemessen wird. Des Weiteren wird die Tatsache, dass die Söhne Helmuth und Friedrich von Moltke an der Kadettenschule in Kopenhagen ausgebildet wurden, als *naturligt* bezeichnet, womit Jensen die kulturelle Verbindung zwischen Deutschland und Dänemark hervorhebt.

In dem am 28. Januar 2011 erschienenen Kommentar *Holocaust i Horserød* berichtet Sofie Lene Bak von der Entdeckung des Restes eines Schmalfilms von 1943, in dem der dänische Nationalsozialist Paul Henning im Horserødlager gefangene Juden in einer Reihe aufgestellt filmt. Die Entdeckung des Filmstreifens wird in mehreren Formulierungen als große Sensation dargestellt, welches beispielsweise durch folgendes Zitat deutlich wird: „*Flimrende billeder. Efter mere end 60 år er en enestående filmstrimmel dukket frem af glemslen.*“ Durch den Vergleich des Filmstreifens mit den privaten Aufnahmen des Lagerpersonals, wird die Entdeckung des Filmstreifens als bedeutungsvolle Begebenheit in Szene gesetzt. Durch den Einsatz von Dramatik und indirektem Apell an die Gefühle des Lesers bauscht die Autorin das Thema auf. Des Weiteren wird die Teilnahme der Dänen an Aktionen gegen die damaligen Juden hervorgehoben: „*PAUL Henning kom som Dansker til at spille en central rolle i den tyske aktion.*“ Auf diese Weise wird das Selbstbild der Dänen als Opfer in Frage gestellt. Dennoch wird *tysk* häufig in Verbindung mit dem Zweiten Weltkrieg genannt wie in folgenden Beispielen „*tysk besættelse*“, „*tysk uniformeret personale*“ und „*tysk koncentrations- og udryddelseslejr*“, wodurch versucht wird *tysk* mit negativem Inhalt zu füllen.

Der aus der Sektion *Samfund* genommene Kommentar *Jagten på en syndebug* von Jan Bo Hansen vom 7. Januar 2011 hat die politische Entwicklung der liberalen deutschen Partei FDP zum Inhalt, wobei hauptsächlich auf die Person von Guido Westerwelle fokussiert wird. Zudem wird auf die angeblichen Haltungen anderer Politiker über Westerwelle sowie auf seine TV-Auftritte eingegangen. Im Haupttext setzt sich der Autor mit der prekären Lage We-

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

sterwelles auseinander: „*Guido Westerwelle er i forvejen en absolut hadefigur for den tyske venstrefløj*“. In Bezug auf Faircloughs Modalität kann konstatiert werden, dass der Autor durch u.a. die Verwendung von Präsens und des Adjektivs *absolut* seine Aussage als wahr darstellt und einen großen Grad an Affinität zu der Aussage ausdrückt. Die Bedeutung des Artikels für die Darstellung Deutschlands in *Weekendavisen* liegt in der Vermittlung von Informationen über die aktuelle Deutschlandpolitik sowie der Schaffung eines abweichenden Bildes von dem Politiker Guido Westerwelle.

Im Kommentar *Von und zu* von Jan Bo Hansen vom 14. Januar 2011 wird ein kritisches Bild vom adligen Politiker Karl-Theodor zu Gutenberg und seiner Familie gezeichnet. Im Text können durch Transitivität geschaffene Verkettungen der Familie Gutenberg mit verschiedenen Aspekten des Nationalsozialismus ausfindig gemacht werden. Einleitend wird aus der französischen Wochenzeitschrift *L'express* über die glamouröse deutsche Rechte referiert: „*Var adelen ved at vende tilbage som herskende lag i Tyskland?*“, „*Ville Tyskland blive et kongedømme? Og hvad ville det betyde for de omgivende lande?*“ Durch die Verwendung von Konjunktiv wird die zur Aussage ausgedrückte Affinität des Autors abgeschwächt. Im Anschluss beantwortet Hansen selbst die zitierten Fragen: „*Det er jo alt sammen stærkt angstfremkaldende*“. Ebenfalls wird durch mehrere intertextuelle Hinweise auf die Ähnlichkeit beider Politiker hingewiesen wie beispielsweise Redegewandtheit und schnellen Karriereaufstieg. In Verbindung mit der Geschichte der Familie Gutenberg wird überdies erwähnt, dass Karl Ludwig Gutenberg am Attentat auf Hitler am 20. Juli 1944 mitgewirkt haben soll. Doch im Folgenden schreibt Hansen: „*Men det ville være mærkeligt, om alle i familien var aktivt involveret i modstandsarbejde. De fleste har tilpasset sig de politiske vilkår, der fandtes i de 12 år*“. Es fällt auf, dass Hansens negative Annahme über das Mitwirken der Familie Gutenberg am Nationalsozialismus nicht weiter untermauert, dennoch wiederholt durch Verwendung des Passivs relativiert wird. Weiterhin beschreibt Hansen im Haupttext wie „*Christiane giftede sig med en søn af Joachim von Ribbentrop ved navn Adolf von Henkell-Ribbentrop. Nu vil læseren spørge: Hvorfor hedder han lige Adolf?*“. Die rhetorische Frage und die wiederholte Hervorhebung der Verbindungen zum Nationalsozialismus sowie der ironische Schreibstil Hansens tragen dazu bei, insgesamt einen von Abwertung geprägten Eindruck über Gutenberg und seine Familie zu vermitteln.

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

In der am 12. November 2010 in der Sektion *Kultur* publizierten Kritik *Føreren og hans følge* von Jan Bo Hansen wird die im *Deutschen Historischen Museum* gezeigte Ausstellung *Hitler und die Deutschen. Volksgemeinschaft und Verbrechen* grundlegend in einem kritischen Licht dargestellt. Bereits die Dachzeile ist scharf formuliert und soll Aufsehen erregen durch den Vorwurf an die o.g. Ausstellung etwas vorzugeben, welches sie nicht halten kann: „*En stor udstilling på Deutsches Historisches Museum i Berlin foregiver at handle om Adolf Hitler og tyskerne*“. Die Verwendung des Verbs *vorzugeben* impliziert eine Kritik der Täuschung und Irreführung der Museumsbesucher. Die bereits zuvor anklingende Kritik wird im Untertext von einem der drei, zum Artikel gehörenden Fotos fortgesetzt: „*Den aktuelle udstilling i Berlin gør sig i ringe grad umage med at forstå hans personlighed*“. Die Fotos und deren Zusammensetzung haben jedoch auch die Funktion beim Leser Neugierde und Interesse zu wecken. Einerseits beinhaltet Hansens Artikel die Kritik an den fehlenden historischen Elementen über Hitler und die Ansichten der Bevölkerung über ihn, andererseits lässt er jedoch das komplizierte Verhältnis der Deutschen zu ihrer eigenen Geschichte außen vor und zeigt zu einem gewissen Grad wenig Verständnis dafür, dass das *Deutsche Historische Museum* versucht, die Darstellung Hitlers abgeschwächt zu präsentieren.

Der Kommentar *En ret så ufestlig bil* von Joakim Jakobsen, erschienen am 7. Januar 2011, behandelt die Entwicklung des Autokonzerns Mercedes-Benz und der dänischen Gesellschaft vom Anfang des 20. Jahrhunderts bis heute. Anlass hierfür ist das Erscheinen des Buches *Mercedes-Benz i Danmark. Mennesker, biler og markedsføring* von Erich Karsholt. Auf die Parallele zwischen der Entwicklung der dänischen Gesellschaft und des deutschen Autos Mercedes-Benz wird bereits in der Dachzeile hingewiesen: „*Historien om Mercedes-Benz illustrerer det moderne Danmarks udvikling*“. Bis zu den 1960er Jahren wird die Automarke mit Ruhm und Prestige verbunden: „*Lige fra begyndelsen var Mercedes-Benz et bilmærke, som i mere end én forstand markerede klasse*“. Im Laufe der NS-Zeit und vor allem während und nach der Besetzung Dänemarks verschlechtert sich das Verhältnis der Dänen zu den Deutschen sichtlich. In Verbindung mit dem dänischen Importeur und Kaufmann Christian Bohnstedt-Petersen, der 1934 die erste Mercedesniederlassung außerhalb Deutschlands eröffnete, heißt es im Artikel: „*Han fik opbygget en strålende forretning, som [...] endda fik*

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

*teknisk indflydelse på det tyske firmas samlede produktion*“. In Bezug auf die Modalität bewirkt der Gebrauch des Adjektivs *endda*, dass der Autor einen hohen Grad an Zustimmung bezüglich des dänischen Einflusses auf die Mercedes-Produktion ausdrückt. Der Untertext zu dem ersten von drei Fotos, auf dem ein SAS-Flugzeug im Hintergrund und ein Mercedes 300S im Vordergrund abgebildet sind, lautet: „*Hvem er egentlig smukkeste, må man spørge*“. Die Bedeutung des Artikels besteht in der Schaffung einer Verbindung zwischen dem deutschen Auto Mercedes-Benz und der dänischen Gesellschaft. Übergeordnet wird ein vorteilhaftes Bild des Mercedes geschaffen. Es werden Bezüge zwischen klassischen Idealen wie Perfektion und Funktionalität und dem Mercedes hergestellt, welche den traditionellen Stereotyp des perfektionistischen Deutschen in den Vordergrund rücken.

Der am 11. Februar 2011 veröffentlichte Kommentar *Øjemennesket* von Anders Ehlers Dam hat die Ausstellung *Ernst Jünger: Arbeiter am Abgrund* im Literaturmuseum der Moderne in Marbach zum Thema. Im Artikel werden einzelne Abschnitte aus Jüngers Leben, sein Schreibstil sowie die verschiedenen Ausstellungsobjekte beschrieben. Das Urteil Dams fällt insgesamt positiv aus; er bezeichnet Jüngers Aufzeichnungen als „*et af de mest udførlige vidnesbyrd om krigen*“. Eine Reihe positiv geladener, Subjektivität ausdrückender Adjektive, die einen hohen Grad an Affinität implizieren, werden verwendet wie beispielsweise „*smuk*“ und „*betagende*“. Zudem werden anerkennende Beispiele für Jüngers nüchterne und detaillierte Schreibweise gebracht. Dam verweist auf die Jünger-Begeisterung und stellt zudem die Vermutung an, dass sich das Interesse mit Sicherheit vergrößern wird, sobald die Gyldendal-Übersetzung auf dem dänischen Markt erscheine. Alles in allem wird mit Hilfe des Artikels durch den Gebrauch von Transitivität ein eindrucksvolles Bild von Jünger, den Ausstellungsobjekten und der gesamten Ausstellung geschaffen. Es fällt dabei auf, dass im Artikel nur wenige Bezüge des Nationalsozialismus angeführt werden, welches angesichts Jüngers Rolle als „geistiger Wegbereiter“ des Nationalsozialismus, nicht überraschend gewesen wäre. Der im Artikel gewählte Winkel umfasst ausschließlich Jünger als Künstler.

Der Kommentar *Skærver fra fortiden* von Jan Bo Hansen vom 4. Februar 2011 handelt von der Erweiterung der Ausstellung *Entartete Kunst* im Neuen Museum durch wiedergefundene Ausstellungsobjekte aus der Zeit des Nationalsozialismus. Die Neuentdeckung wird

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

als spannend und sensationell dargestellt. Die Ausstellung sei: „*dukket op af ruiner ved en udgravning nær Berlins røde rådhus*“. Im Artikel wird in hohem Maße auf die Abwertung der Kunst als *Entartet* während der Zeit des Nationalsozialismus fokussiert. Des Weiteren wird in Verbindung mit der Neuentdeckung Ironie verwendet: “[*Middelalderarkæologer*][...] *glammede begejstret, da nogle stærkt medtagne skulpturer dukkede op i lyset i kælderens*“. Durch den Vergleich der Archäologen mit Hunden wird die Begeisterung über den Fund als lächerlich hingestellt. Der Wert des Artikels liegt in der Vermittlung von aktuellen Informationen über Deutschland, wobei der nationalsozialistische Hintergrund thematisch hervorgehoben wird.

### **Das thematische Übergewicht des Nationalsozialismus**

Die Bestandaufnahme der textuellen Dimension der 24 im Rahmen dieser Abschlussarbeit untersuchten Artikel zeigt, dass ca. die Hälfte der Texte von historischen Themen wie dem Holocaust, der Judenverfolgung, dem Zweiten Weltkrieg, dem Nachwirken der NS-Zeit und der Beteiligung der Dänen an der Judenverfolgung, handeln, weshalb ein geringes Maß an Aktualität konstatiert werden kann. Die diskursive Dimension enthält u.a., dass die Verwendung von Stereotypen und Vorurteilen im Kontext der deutschen Themen nur in wenigen Fällen nachgewiesen werden konnte. Der Journalist und Historiker Jan Bo Hansen kann wegen des Übergewichts der von ihm verfassten Artikel als Meinungsführer bei der Darstellung Deutschlands charakterisiert werden. In seinen Artikeln fällt die häufige Verwendung von Sarkasmus und Problematisierungen des untersuchten Aspekts auf. In dem Deutschland-Diskurs in *Weekendavisen* wird eine Art Muster deutlich. Einige der Bedeutungselemente im Diskurs sind miteinander äquivalent und bilden zusammen eine Gruppe. Die untersuchten Artikel können übergeordnet in zwei Hauptbedeutungsgruppen eingeteilt werden: 1.) in die Artikel, welche die Zeit des Nationalsozialismus, die Besatzungszeit 1940-1945, den Zweiten Weltkrieg und die Judenverfolgung hervorheben und die historische Verbindung der beiden Länder durch die Besatzungszeit betonen und 2.) in die Texte, welche die Ereignisse *nach* 1945 beinhalten und die Verbindungen Dänemarks zu Deutschland über die Besatzungszeit hinaus unterstreichen. Die beiden Gruppen stehen in einem antagonistischen Verhältnis zueinander und wirken auf den bestehenden Diskurs ein,

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

indem sie ihn mit neuen Bedeutungselementen in jeweils eine andere Richtung schieben, um somit die hegemonische Intervention zu erreichen. Die inhaltliche Spannweite der in *Weekendavisen* geschaffenen Orientierungslage über die aktuelle deutsche Kultur, Gesellschaft und Politik ist relativ begrenzt. Aktuelle wirtschaftliche und die EU betreffende Entwicklungen, gegenwärtige Prozesse politischer Parteien, Begebenheiten, die einzelne deutsche Politiker und Personen betreffen, Übersetzungen von deutschen Werken ins Dänische, sowie aktuelle Ausstellungen mit den Standorten in Deutschland und Dänemark werden behandelt. Es stellt sich die Frage nach den Ursachen für eine derartige Fokussierung auf die Zeit des Nationalsozialismus. Kann der dänische Wunsch, die eigene Identität in der Rolle der Guten zu bewahren eine mögliche Erklärung liefern? Vermutlich gibt es aber auch einfach ein großes Interesse an dem Nationalsozialismus und Zweiten Weltkrieg von dänischer Seite, da es eine derartige gezielte Ausrottung von Menschen zuvor noch nicht gegeben hat.

In den untersuchten Artikeln wurde festgestellt, dass eine Reihe der Autoren Modalität verwenden, in der Regel, um den Leser von dem Wahrheitsgehalt des Geschriebenen zu überzeugen. In Verbindung mit der Konsumtion des Textes sollte ebenfalls auf die sprachliche und thematische Gestaltung der Artikel über Deutschland und deutsche Themen eingegangen werden, wobei die Tradition der Wochenzeitung und ihres Leserkreises als Kontext von Bedeutung sind.

Die Zielsetzung von *Weekendavisen* schließt sachliche Argumentation und vielschichtige Betrachtungsweisen ([www.weekendavisen.dk/side/om-os](http://www.weekendavisen.dk/side/om-os), abgerufen am 10/5-11) innerhalb der Berichterstattung mit ein. Die größte Anzahl der Leser von *Weekendavisen* haben entweder eine gehobene Berufsausbildung oder eine Hochschulbildung (Undersøgelse Gallup). Der Leserkreis hat vermutlich aufgrund der gehobenen Ausbildung eine Erwartung an die Zeitung, die auf sachliche und differenzierte Berichterstattung mit inhaltlicher Tiefe abzielt. Die nur geringfügig von Stereotypen und Vorurteilen geprägte Darstellung Deutschlands in der Zeitung harmonisiert demnach mit den Erwartungen der Leser an die Zielsetzung. Die große Anzahl an Buchrezensionen in der Zeitung kann mit dem zu vermutenden Interesse der Leser an Kultur und Forschung in Zusammenhang gebracht werden. Die Zeitung *Weekendavisen* liefert aufgrund der o.g. Zielsetzung und den Er-



Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

wartungen des Leserkreises kein repräsentatives Bild der dänischen Berichterstattung über Deutschland. Nicht die gesamte Öffentlichkeit, sondern nur eine Teilöffentlichkeit soll offenbar bedient werden. Das Thema des Nationalsozialismus scheint als Interessenmagnet zu fungieren, welches durch diverse Überschriften und Fotos, die das Thema annoncieren, deutlich wird. Der Gebrauch von einer Rhetorik des Krieges sowie die Miteinbeziehung von Fotos von Kriegshelden oder -verbrechern tragen zur Akzentuierung des Themas bei. Während die NS-Zeit im Deutschland-Diskurs in *Weekendavisen* im untersuchten Zeitraum primär im Fokus stand, rücken die Nachwirkungen von 1864 im Vergleich dazu in den Hintergrund. Eine mögliche Erklärung für diesen Befund kann die Publikation von vielen die NS-Zeit thematisierenden Büchern sein, wodurch der Fokus automatisch auf diese Zeit gerichtet wird. Zudem kann vermutet werden, dass der Nationalsozialismus immer noch im Bewusstsein der meisten Dänen eine große Rolle spielt, während es bei dem Krieg von 1864 zu einer demokratischen Abstimmung kam (1920), durch die die Dänen vermutlich einen Abschluss finden konnten.

Das von Deutschland und deutschen Themen gezeichnete Bild in der Wochenzeitung *Weekendavisen* lässt sich übergeordnet als positiver charakterisieren als das von Langer in *Die Darstellung von Deutschland in dänischen Medien* erarbeitete Bild. Langers Untersuchung hat u.a. ergeben, dass Hinweise auf ein Negativimage Deutschlands häufiger auftreten als explizite Stereotypen. Dieses Ergebnis stimmt mit den Ergebnissen der *Weekendavisen* in dem untersuchten Zeitraum überein. Lediglich Andeutungen auf stereotype Darstellungen wurden in *Weekendavisen* in dem untersuchten Zeitraum ausfindig gemacht. Während Langer innerhalb des Bereiches des Sports die meisten Stereotypen vorfand, ergab die Untersuchung *Weekendavisens* keine Artikel über den Bereich des deutschen Sports. Eine zeitliche Differenz von 15 Jahren zwischen den beiden Untersuchungsperioden sowie der Kontext der veränderten politischen Großwetterlage könnte eine Erklärung für den thematischen Unterschied sein. In Verbindung mit der sozialen Praxis sollte auch auf die zeitliche Distanz der Wiedervereinigung zur Gegenwart sowie die allmähliche Anerkennung des deutschen Gesamtstaates und dessen demokratische Legitimation seitens der Dänen eingegangen werden. Es ist zu vermuten, dass die o.g. Aspekte maßgeblich zur Prägung der dänischen Berichterstattung über Deutschland



Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

und schließlich zur Modifikation des dänischen Deutschland-Diskurses beigetragen haben. Auch der Vereinigungsprozess und die Problematik der von Deutschland als Gesamtstaat ausgehenden Gefahr für Europa rücken als Folge der zeitlichen Ferne in den Hintergrund. Neue Akteure und Feinde treten auf der politischen Plattform in Erscheinung und lassen Deutschland als Feindbild in den Hintergrund rücken. Der Forschungsbeitrag bringt einerseits neue Resultate über die relativ neutrale Darstellung Deutschlands in der Wochenzeitung *Weekendavisen* und zudem über den weiterhin bestehenden Fokus auf das Thema des Nationalsozialismus hervor, das trotz einer zeitlichen Distanz von 65 Jahren weiterhin ein hochaktueller Gegenstand der Berichterstattung ist. Andererseits sind die Resultate nur in geringem Umfang repräsentativ, da der untersuchte Zeitraum im Rahmen einer Specialarbeit zu begrenzt ist, um eindeutiges Schlussfolgern zu ermöglichen. Dennoch lässt sich konkludieren, dass sich das dämonisierte Bild Deutschlands, das „deutsche Gespenst“, in *Weekendavisen* in dem untersuchten Zeitraum im Vergleich zur Darstellung Deutschlands in der Mediendiskursanalyse Roy Langers allmählich zu verflüchtigen scheint. Kontextuell betrachtet mag der Wechsel der internationalen Feindbilder, wodurch der heranwachsende Terrorismus, die Muhammed-Krise und ebenfalls die Fussball-WM 2006 in den Vordergrund und Deutschland als Thema in den dänischen Medien in den Hintergrund gerückt ist, zur Verbesserung des dänischen Bildes von Deutschland beigetragen haben.

## Referencer

- Bak, Sofie Lene, *Holocaust i Horserød*, *Weekendavisen* 28. Januar-4. Februar 2011, Sektion Ideer, 9.
- Dam, Andreas Ehlers, *Øjemennesket*, *Weekendavisen* 5.-11. Februar 2011, Sektion Kultur, 7.
- Hansen, Jan Bo, *En ret så ufestlig bil*, *Weekendavisen* 7.-13. Januar 2011, Sektion Kultur, 7.
- Hansen, Jan Bo, *Føreren og hans følge*, *Weekendavisen* 12.-18. November 2010, Sektion Kultur, 7.
- Hansen, Jan Bo, *Jagten på en syndebuk*, *Weekendavisen* 7.-13. Januar 2011, Sektion Samfund, 9.
- Hansen, Jan Bo, *Skærver fra fortiden*, *Weekendavisen* 28. Januar-4. Februar 2011, Sektion Kultur, 2.

Das deutsche Gespenst verflüchtigt sich allmählich  
 Jan T. Schlosser und Sandra Tyra Helms

- Hansen, Jan Bo, *Von und Zu*, *Weekendavisen* 14.-20. Januar 2011, Sektion Samfund, 9.
- Jensen, Jesper Vind, *Tysklands Kennedy-klan*, *Weekendavisen* 5.-11. November 2010, Sektion Ideer, 8.
- Fairclough, Norman, 2003. *Analyzing Discourse. Textual analysis for social research*, Routledge, Taylor & Francis Group: New York.
- Fairclough, Norman, 2002. *Discourse and Social Change*, Polity Press: Cambridge.
- Hickethier, Knut, 2003. *Einführung in die Medienwissenschaft*, J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Carl Poeschel Verlag: Stuttgart.
- Holzappel, Otto, 1993. *Das deutsche Gespenst. Wie Dänen die deutschen und sich selbst sehen*, Wolfgang Butt Verlag: Brodersdorf.
- Kuschel, Rolf und Zand, Faezeh, 2007. *Fordomme og Stereotyper*, Frydenlund: København.
- Langer, Roy, 2003. *Die Darstellung Deutschlands in dänischen Medien. Eine Mediendiskursanalyse*, Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden.
- Øhrgaard, Per, 2009. *Tyskland Europas hjerte – Et essay –*, Gyldendal: Viborg.
- Gallup Marketing 1H, 2010. undersøgelse af *Weekendavisens* læsere. *Den store Danske*, Artikel: tysk Tysk i Danmark. <http://www.weekendavisen.dk/side/om-os> [abgerufen am 10. Mai 2011].

## Genitiv på tysk

- en undersøgelse af stil og brug

### **Jan T. Schlosser**

*f. 1972. Ansat ved Aalborg Universitet siden 1998. Ph.D. sammesteds i 2002 med afhandling om Ernst Jünger. Publikation af artikler og bøger om tysksproget litteratur i det 19. og 20. århundrede, især om Ernst Jünger, Joseph Roth, Wolfgang Borchert og Martin Walser (herunder dansk-tysk kulturtransfer), om DDR-litteraturen samt om dilettantisme-problematikken.*

### **Lasse Holmgren Brunø**

*f. 1987, er cand.mag. i tysk og dansk fra Aalborg Universitet (2011) med studieophold ved Ludwig-Maximilians-Universität München og Albert-Ludwigs-Universität Freiburg. I sit arbejde ved Aalborg Universitet forsker og underviser LHB i bl.a. tysk og dansk sprogvidenskab, herunder kommunikationsanalyse, stilistik, grammatik og sproghistorie.*

Den - i Tyskland - kendte skribent Bastian Sick, der bl.a. publicerer om sprog og sprogbrug i nyhedsmagasinet *Der Spiegel*, erklærede i 2004, at dativen var stærkt på vej til at udradere genitiv som kasus på tysk.

Med udgangspunkt i denne påstand vil det i artiklen blive undersøgt, hvordan genitiv bruges i forskellige stilarter fra internetdebatter over skønlitteratur til kancellisprog og lovttekster. Dette sker på baggrund af, at den danske germanist Peter Jørgensen i sin *Tysk Grammatik* (Jørgensen 1958/1992) kort opridsede en stilistisk skala for brugen af genitiv. Artiklens analyse af genitiv i forskellige genrer suppleres af en undersøgelse af de enkelte genitivkonstruktioners ledfunktioner (8 mulige ifølge Annette Lorentsen 2000). Dermed bliver det muligt i artiklen at tegne et billede af genitivbrugen i moderne tysk.

## 1. Introduktion: et stilistisk blik på genitiv

Tysk har i modsætning til andre germanske sprog i høj grad holdt fast i kasus som vigtig grammatisk markør, hvor i eksempelvis dansk eller engelsk topologien har overtaget en væsentlig rolle som bærer af grammatisk information. Dette betyder imidlertid ikke, at der ikke også inden for det tyske morfologiske system er udviklinger i gang, der måske i løbet af de næste århundreders sproghistorie vil føre til, at kasus mister betydning i den tyske grammatik. Kasusangivelser i tysk har eksempelvis – som følge af det, Damaris Nübling kalder "Kasusnivellierung" (Nübling 2008, 58) – udviklet sig fra at være morfologisk angivet på substantiverne til i dag hovedsageligt på artikler og/eller adjektiver. Særligt et af de fire kasus synes dog i øjeblikket at være udsat for ændringer, nemlig genitiv, der eksempelvis af den populærvidenskabelige filolog Bastian Sick i bestsellerbogen *Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod* bliver erklæret truet, og allerede i 1958 kaldte Peter Jørgensen genitiv "en upopulær kasus" (Jørgensen 1958/1992, 16).

Det er dog ikke kun i et sproghistorisk perspektiv, at genitiv som kasus adskiller sig fra de tre andre i moderne tysk. Genitiv synes nemlig også at blive brugt som stilistisk markør. Denne tendens fastslår Peter Jørgensen ligeledes i *Tysk Grammatik*, hvor han skriver følgende om genitivens fordeling på forskellige stilarter:

Der gør sig desuden m. h. t. genitiven et gennemgående, for sprogbrugen særdeles vigtigt forhold gældende: genitiven er, i modsætning til de øvrige kasus, så at sige en "upopulær" kasus. I naturlig sammenhæng med den kendsgerning, at der i de tyske dialekter næsten ikke findes nogen genitiv, er genitiven forholdsvis sjælden i jævnt omgangssprog, hyppigere i litterære stilarter og hyppigst i kancellisprogets og det videnskabelige sprogs nominalstil, medens den skønlitterære prosa indtager en mellemstilling. Denne betydelige forskel i de enkelte stilarter anvendelse af genitiv fremtræder dels ved, at genitiven, jo mere stilen nærmer sig det daglige omgangssprog, erstattes af konstruktioner, som ikke indeholder genitiv (hvilket svarer til det historiske forhold, at genitivisk konstruktion i tidens løb er blevet afløst af andre konstruktioner), dels ved at selve de ord, der kræver en styrelse i genitiv, i stor udstrækning er begrænset til stilarter, der

ligger fjernt fra det almindelige talesprog. (Jørgensen 1958/1992, 16)

Et andet eksempel på genitiven som stilafhængig leverer Werner König i *dtv-Atlas Deutsche Sprache*, hvor det hedder, at objekts-genitiv „in mittleren und unteren Stilschichten immer mehr außer Gebrauch [kommt]“ (König 2007, 117), ligesom også andre genitivkonstruktioner omskrives, således genitiven helt forsvinder eller bliver utydelig. (Ibid)

Genitiv kan altså betragtes fra et stilistisk perspektiv, men også rent syntaktisk er den tyske genitiv interessant, idet den kan udfylde en række forskellige syntaktiske funktioner, herunder angive underordning, hvilket det tyske sprogs tre andre kasus ikke kan. Denne artikel undersøger genitivbrugen i en række nutidige tekster af forskellig genremæssig karakter for dels at kunne fastslå antallet af genitivkonstruktioner i forhold til tekstens stilistiske niveau og dermed undersøge Jørgensens påstand om genitiven som stilafhængig og dels for at kunne fastslå, hvilke typer af genitiver der forekommer i moderne tysk sprogbrug. Artiklens næste afsnit beskæftiger sig dels med forskellige grammatiske beskrivelser af genitiven i en syntaktisk sammenhæng, dels med antallet af genitivkonstruktioner i forskellige teksttyper.

## 2. Genitivens syntaktiske funktioner

Genitiv på tysk kan, som de andre kasus, indtage en række forskellige syntaktiske funktioner. Desuden er der som følge af den sprogforandringssituation, som også Sick beskriver, en vis usikkerhed i sprogbrugen, der gør, at kasusreaktionen ved eksempelvis præpositioner ikke bliver behandlet ens. Dette gør, at en undersøgelse af de forskellige syntaktiske funktioners forekomst er interessant at undersøge.

Annette Lorentsen angiver i sin bog *Kasusbrug på tysk* otte forskellige syntaktiske funktioner, som genitiv kan indtage: ”Underled til substantiv, præpositionalforbindelser efter særlige præpositioner, objekt efter særlige verber, adverbialt, prædikativt, regeret af adjektiv, genitivapposition og foranstillet attributiv” (Lorentsen 2000, 78ff). Den følgende gennemgang tager udgangspunkt i denne opstilling, idet der dog tages hensyn til divergerende meninger i andre grammatiske fremstillinger. Fremstillingen holdes her kort, og den fokuserer udelukkende på særligt interessante fænomener, eksempel-

vis i sprogforandringsperspektiv eller pga. divergerende opfattelser i forskellige grammatikker, mens der henvises til *Kasusbrug på tysk* for en grundigere gennemgang.

## 2.1 Den attributive genitiv

Denne anses som nævnt normalt for genitivens hovedfunktion (Lorentsen 2000, 78) og har den syntaktiske funktion at underordne et substantiv eller en substantivlignende størrelse til et andet substantiv i eksempler som "das Haus des Mannes". Denne gruppe kan groft sagt inddeles i to: den partitive genitiv og den ikke-partitive genitiv. Peter Jørgensen definerer den partitive genitiv således:

Den partitive genitiv er et genitivled, som betegner en mængde, der består af ensartede dele, eller en ensartet masse, medens det overordnede substantiviske led betegner en del af denne mængde eller masse. (...) Denne genitiv kan ikke i modsætning til de fleste ikke-partitive genitiver, der er underordnet et substantiv, erstattes med et possessivt pronomen. (Jørgensen 1958/1992, 29)

De ikke-partitive genitiver er defineret negativt, idet det er dem, der falder uden for den ovenfor angivne definition (Ibid, 33). Også denne genitivens hovedfunktion er udsat for sprogforandring, således skriver eksempelvis König:

Der Genitivus partitivus (*ein Glas Weines*) wird immer seltener; und der Genitivus possessivus vom Typ *Haus des Vaters* wird vor allem umgangssprachlich durch Bildungen wie *das Haus vom Vater* oder *dem Vater sein Haus* ersetzt. (König 2007, 117)

Også Damaris Nübling registrerer i *Historische Sprachwissenschaft des Deutschen*, at denne funktion er ved at uddø og kun findes „in Resten“ (Nübling 2008, 103f). Den ikke-partitive genitiv, som König kalder *Genitivus possessivus*, kan dannes ved hjælp af enten den definite artikel eller ved hjælp af –s, mens den partitive udelukkende kan dannes ved hjælp af en artikel eller adjektiv.

## 2.2 Genitiv i præpositionalforbindelser

Ligesom tysk byder på præpositioner, der af historiske årsager forbindes med hhv. dativ, akkusativ eller dativ og akkusativ, findes der en mindre række præpositioner, der forbindes med genitiv. Også inden for denne funktion sker der en udvikling, idet dativ her i et vist omfang overtager genitivs plads. Dette ses også ved et blik på forskellige lingvisters beskrivelser af enkeltpræpositioner. Således angiver eksempelvis *Duden 4: Die Grammatik*, at *dank* forbindes med dativ – dog genitiv i pluralis – mens Bastian Sick angiver genitiv, og Annette Lorentsen angiver begge muligheder, men med tendens til genitiv.

Denne veksling mellem flere mulige kasusreaktioner kan hænge sammen med det faktum, at der, til forskel fra akkusativ/dativ-præpositionerne ingen semantisk forskel er<sup>1</sup>, og det derfor kan forekomme ligegyldigt for den enkelte sprogbruger, hvilket kasus der bruges.

## 2.3 Objektsgenitiv

I 1975 skrev Johannes Erben i sin *Deutsche Grammatik*: „Der Genitiv spielt als Objektkasus kaum noch eine Rolle“ (Erben 1975, 91), og 25 år senere skriver Oliver Teuber stort set det samme, idet det hos ham hedder: „Den Genitiv (Gen) als Objektkasus im gegenwärtigen Deutsch betrachten wir als ausgestorben.“ (Thieroff et al 2000, 172). Damaris Nübling leverer i *Historische Sprachwissenschaft des Deutschen* et sproghistorisk perspektiv på dette, idet hun skriver, at udviklingen har fundet sted siden middelhøjtysk, hvor der var ca. 260 verber, der krævede genitiv, mens der i dag kun findes 56, der stort set tilhører de højere stillejer og særlige semantiske felter, eksempelvis det juridiske sprog. (Nübling et al 2008, 104)

Den stort set samme udvikling er sket for de adjektiver, der tidligere knyttede et substantiv i genitiv til sig: „seines Versprechens eingedenk“, „bar jeden Taktes“, „des Lobes würdig“ (Jørgensen 1958/1992, 38). En stor del af disse betegnes i dag som gammeldags. (Glück 1997, 49)

## 3. Undersøgelsen

Denne artikels undersøgelse tager udgangspunkt i analyser af en række tekster fra forskellige stillejer, der i et vist omfang stemmer overens med Peter Jørgensens forskellige sproglige genrer. Udgangspunktet har været, at der groft sagt kunne inddeles i tre forskellige stillejer:



For det første en høj stil, der repræsenteres gennem analyser af to uddrag af videnskabelige artikler fra festskriftet *Perspektiven der politischen Soziologie im Wandel von Gesellschaft und Staatlichkeit - Festschrift für Theo Schiller* (Winther og Mittendorf 2008) samt fra diverse lovttekster fra forskellige ministerier. Som repræsentanter for normalsproget inddrages analyser af avisartikler fra *Bild-Zeitung* og *Die Zeit*, samt fra de tre nyere litterære værker *Nichts als Gespenster* (Hermann 2003), *Die Kosmonautin* (Lendle 2008) og *Handy: dreizehn Geschichten in alter Manier* (Schulze 2007). Af praktiske årsager var det ikke muligt at inddrage mundtligt sprog, men der blev i stedet inddraget materiale fra internetdebatforaerne fra to politiske partier CDU og die Grünen og fra ungdomsnetværket [www.studivz.de](http://www.studivz.de), der skal repræsentere omgangssproget.

Undersøgelsen havde som tidligere nævnt to formål: For det første skulle det undersøges, hvorvidt udsagnene af Peter Jørgensen og Werner König, der indikerer, at genitiv bruges som stilmiddel, kan verificeres. Derudover var målet at undersøge, hvilke af og hvor ofte de 8 ledfunktioner, der blev præsenteret tidligere, forekommer.

### 3.1 Antallet af genitiv fordelt på teksttype

Det følgende afsnit præsenterer, hvor mange genitivkonstruktioner der forekommer i hver af teksttyperne. For at muliggøre en sammenligning på tværs af tekster, der ikke nødvendigvis indeholder lige mange ord, regnes der her med en model, der bygger på antallet af ord pr. genitivkonstruktion, altså hvor mange løbende ord er der gennemsnitligt i en tekst, før der ville optræde en genitiv. Hypotaktiske konstruktioner som f.eks. „eine Odyssee der Waren und des Geldes“ (*Die Zeit*, 9.12.2008) tælles som en konstruktion, mens parataktiske konstruktioner, hvor et substantiv knytter flere underled som eksempelvis ”ein Viertel des Bruttoinlandsprodukts des gesamten Staats“ (*Die Zeit*, 27.11.2008) tælles som to.

Nedenstående tabel viser undersøgelsens resultater:

Empiri	Antal genitivkonstruktioner	Antal ord	Ord pr. genitivkonstruktion
<b>Omgangssprog</b>			
Studivz.de	40	2131	53,27
CDU.de	47	2288	48,68
Gruene.de	34	1979	58,21
<b>Normalsprog</b>			
Bild-Zeitung	19	1036	54,53
Die Zeit	46	1380	30
Nichts als Gespenster (J.H.)	18	1426	79,2
Die Kosmonautin (J.L.)	29	1199	41,34
Handy (I.S.)	11	1309	119
<b>Høj stil / Kancellistil</b>			
Videnskabelige artikler	39	743	19,05
Lovtekst	84	1345	16,01

Ikke overraskende, jf. Jørgensen og König, skal der relativt mange ord (omkring 50) til, før der findes en genitivkonstruktion i det omgangssproglige materiale. *Bild-Zeitung* viser sig at være nogenlunde på samme niveau, mens *Die Zeit* oftere har en genitivkonstruktion, idet der kun skal gennemsnitligt 30 ord til, før der forekommer en genitivkonstruktion. Hvad angår antal af genitiver, findes der ikke overraskende en hel del genitiver inden for det høje stilleje, hvor lovteksterne har en lille smule flere end de videnskabelige artikler.

Peter Jørgensens udsagn var, at "den skønlitterære prosa indtager en mellemstilling." (Jørgensen 1958/1992, 16). Dette synes imidlertid ikke at være tilfældet i den undersøgte prosa, hvor de to af bøgerne, nemlig Judith Hermanns *Nichts als Gespenster* og Ingo Schulzes *Handy* har så få genitivforekomster, at der gennemsnitligt skal forekomme hhv. ca. 79 og 119 ord, før den første genitiv optræder. Jo Lendles *Die Kosmonautin* synes i højere grad at leve op til forventningen, idet tallet her er ca. 41, hvilket placerer sig mellem de to undersøgte aviser, lavere end omgangssproget og højere end de videnskabelige artikler og lovteksterne. At Peter Jørgensens antagelse ikke helt stemmer, kan måske forklares ved den sproglige udvikling, der har fortrængt genitiven fra prosasproget, men da Peter Jørgensen stort set ikke har kilder til sine genitiveksempler, er

det svært at afgøre. Det kan også være en tilfældighed, at netop de forfattere, der blev anvendt til denne undersøgelse, bruger færre genitivkonstruktioner end gennemsnittet, men det er dog værd at bemærke, at de tre forfattere, der blev undersøgt her, er af en anden generation og dermed andre litterære stilarter og strømninger end de, der normalt optræder hos Peter Jørgensen, hvor bl.a. Bertolt Brecht, Alfred Döblin, Friedrich Dürrenmatt, Lion Feuchtwanger, Gerhart Hauptmann, Erich Maria Remarque, Thomas Mann og Stefan Zweig optræder i bind III.

### 3.2 Ledfunktion og teksttype

Som tidligere fremhævet var formålet med undersøgelsen ikke blot at undersøge genitiv i forhold til stil, men også i forhold til den syntaktiske funktion. Denne del af undersøgelsen tog udgangspunkt i Annette Lorentsens otte syntaktiske funktioner. Om den første kategori *den attributive genitiv* er det tidligere blevet fastslået, at det var den vigtigste kategori. Dette bekræfter denne undersøgelse, hvor gennemsnitligt ca. 92 % (338 ud af 365) af forekomsterne var attributiv som underled til substantiv.

Af disse er blot 19 dannet ved tilføjelse af –s til det overordnede led, der i alle tilfælde er et proprium eller en geografisk angivelse. Ved et særligt proprium, Jesus, er der en vis usikkerhed. Først hedder det hos den samme debattør "[...] die biograph. Koordinaten Jesu", og to linjer senere skriver han så: "[...] vor Zeiten des Jesus", og debattøren bruger altså den ene gang den latinske genitivform, mens "Jesus" anden gang behandles som et ordinært proprium. S i "Jesus" skal der ikke opfattes som Genitiv-s, men blot som del af navnet.<sup>2</sup>

De fire gange, hvor s-genitiv optræder ved en geografisk angivelse er alle efterstillede, mens det skifter, hvorvidt s-genitiverne ved propriier skrives foran- eller efterstillet. De syv tilfælde er foranstillede, mens de otte er efterstillede. Også hos den enkelte sprogbruger veksler det, som følgende citat tydeligt viser:

Die virtuose ernste Komik Helge Schneiders in der Rolle des Hartz-IV-Anwärters Atze Mückert steht neben der blitzend hellen verspielten Intelligenz Dietmar Daths. Daths und Sophie Rois' Diskurs über die Liebe schlägt um in Szenen aus Wagners *Tristan*, wie der (seinerseits mitsprechende) Regisseur Werner Schroeter ihn aus dem Geist

von Eisensteins *Panzerkreuzer Potemkin* neu interpretierte.  
(*Die Zeit*, 9.12.2008)

Helt tilfældig er placeringen dog ikke, da der synes at være en tendens til, at alenestående substantiver har s-genitiven foran, mens substantiver der optræder med artikel og/eller adjektiv har efterstillet s-genitiv. I Ingo Schulzes bog er der dog en enkelt undtagelse fra denne tendens, idet det i et tilfælde hedder „[...] über Fontanes Lieblingsbücher“ og senere „[...] an das Waffenarsenal Thomas Müntzers“ (Schulze 2007, 14ff), selv om det tilsyneladende burde være to ligestillede eksempler.

Den partitive genitiv optræder ni gange. De fleste tilfælde er i forbindelse med en mængdeangivelse i eksempler som „sind fast drei viertel [sic!] der Befragten dafür“ (*Bild-Zeitung*, 8.12.2008), men der er også eksempler, hvor det ikke er i forbindelse med mængder: „der Rest des Körpers“ (Lendle 2008, 3).

Den andenstørste gruppe på ca. 5 % udgøres af præpositionsforbindelser, hvor ”aufgrund” (seks gange) er den oftest forekommende, efterfulgt af ”einschließlich” og ”wegen”. ”Laut” optræder to gange, men begge gange efterfulgt af alenestående substantiv, der derfor står i dativ i stedet for genitiv.

De resterende fem grupper forekommer alle i under 1 % af tilfældene (0-3 gange) og fordeler sig som følger:

Den adverbiale genitiv optræder 3 gange, to gange som ”erhobenen Hauptes” og en gang som ”eines Morgens”. En gang optræder en objekts-genitiv efter verbet ”bedürfen” og to gange findes den prædikative formulering ”der Ansicht sein”. En enkelt gang optræder et adjektivrekeret genitiv ”dieser Hintergründe bewusst”.

På grund af de få tilfælde, hvor genitiv ikke står som attributivt underled, er det ikke muligt at sige noget sikkert om fordelingen af bestemte typer på bestemte stillejer, og der synes ud fra undersøgelsesmaterialet at forekomme lige så mange specielle genitivformer, altså ikke-attributive, i de lavere stillejer som i de højere. Interessant er det også, at der i det undersøgte ikke findes et eneste af de juridiske verber, der ellers ofte forbindes med genitiv.

### 3.3 Andre forhold

En af Bastian Sicks hovedpåstande er, at genitiven bliver afløst af andre grammatiske former, eksempelvis dativ. I empirien bag denne undersøgelse forekommer der få eksempler på dette.

Et eksempel, hvor dativ har afløst genitiven, findes i en af overskrifterne på en debat fra studivz.de, hvor det hedder: "Vegetarier essen meinem Essen das Essen weg". Et andet eksempel på en omskrivning findes i en af artiklerne fra *Die Zeit*, hvor en genitivkonstruktion er lavet om til en adjektivkonstruktion afledt af et proprium, idet "Marx' Theoriegebäude" eller "das Theoriegebäude Marx" bliver til „Das ganze Marxsche Theoriegebäude“. Den tredje type af omskrivninger, der forekommer, er ved hjælp af *von*, selvom det kun er undersøgt stikprøvevis og ikke på hele materialet, er billedet dog det, at der er relativt få. De kan groft inddeles i tre typer, hvoraf den første er egentlige *von*-omskrivninger uden yderligere årsag, mens den anden er i forbindelse med pluralis indefinit "Die Rechte von Affen", hvilket betegnes som en obligatorisk omskrivning,<sup>3</sup> mens den sidste er for at undgå dobbeltgenitiv: "Die Gründung der Universität von Bologna".

For at undersøge erstatningsformernes udbredelse bør der dog laves yderligere undersøgelser, da dette ikke var denne undersøgelses primære formål. Det skal samtidig anføres, at det formodentligt i endnu højere grad er et mundtligt fænomen, idet eksempelvis dativ- eller *von*-omskrivninger tit vil være mere mundrette end en genitivkonstruktion.

#### 4. Afsluttende bemærkninger

Konkluderende kan altså siges, at undersøgelsen kan bekræfte, at genitiven hovedsageligt forekommer i de højere stillejer, specielt inden for det juridiske sprog, også selv om de juridiske verber kun optræder i ringe omfang. Avisernes sprog, der ofte opfattes som normalsproget, placerer sig i mellemgruppen, mens sproget i internetdebatterne havde færrest genitivkonstruktioner. Overraskende er det imidlertid, at skønlitteraturen indeholder så få genitivkonstruktioner, og her vil yderligere undersøgelser være nødvendige, bl.a. diakrone, komparative, for at kunne fastslå, hvorvidt skønlitteraturen har været særligt truffet, hvad angår genitivens forsvinden. Det kan dog også være tilfældet, at blot de tre forfattere i denne undersøgelse er specielle, hvad angår brugen af genitiv.

Undersøgelsens andet formål, at undersøge de syntaktiske funktioner, bekræftede påstanden om, at genitivens hovedfunktion helt entydigt er at angive et underordningsforhold. De syv andre syntaktiske funktioner forekommer kun i meget begrænset omfang, og

den ene, den foranstillede apposition, var slet ikke tilstedeværende i undersøgelsesmaterialet.

Selv om det ikke var undersøgelsens hovedmål at undersøge omfanget af omskrivninger, kan det dog siges, at de kun forekom i begrænset omfang, og det må sikkert forventes, at man skal ty til det talte sprog for at finde et fænomen som dativ-omskrivninger i større omfang.

## Referencer

- Bildzeitung, 2008. Deutsche Sprache: Verankerung im Grundgesetz. Tilgængelig: [www.bild.de/BILD/news/politik/2008/12/07/deutsche-sprache/verankerung-im-grundgesetz.html](http://www.bild.de/BILD/news/politik/2008/12/07/deutsche-sprache/verankerung-im-grundgesetz.html) [2008, 8.12]
- Bildzeitung, 2008. Bombay: Drei Explosionen erschüttern die Stadt. Tilgængelig: [www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/11/27/bombay-drei-explosionen/erschuettern-die-stadt.html](http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/11/27/bombay-drei-explosionen/erschuettern-die-stadt.html) [2012, 22.11]
- Bildzeitung, 2008. Deutsche Wirtschaft schrumpft dramatisch. Tilgængelig: [www.bild.de/BILD/news/wirtschaft/2008/12/05/deutsche-wirtschaft-schrumpft/dramatisch-norbert-walter-volkswirt-deutsche-bank.html](http://www.bild.de/BILD/news/wirtschaft/2008/12/05/deutsche-wirtschaft-schrumpft/dramatisch-norbert-walter-volkswirt-deutsche-bank.html) [2008, 9.12]
- Bundesministerium der Justiz, 2008. Gesetz zum zivilrechtlichen Schutz vor Gewalttaten und Nachstellungen (Gewaltschutzgesetz – GewSchG). Tilgængelig: <http://www.bmj.bund.de/files/-/537/GewaltschutzG.pdf> [2008, 11.11]
- Bundesministerium der Justiz, 2008. Auszug aus dem Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche. Tilgængelig: <http://www.bmj.bund.de/files/-/956/IPRJuli2008.pdf> [2008, 11.11]
- Bundesministerium der Justiz, Polizeigesetz. Tilgængelig: [http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/bgsg\\_1994/gesamt.pdf](http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/bgsg_1994/gesamt.pdf) [2008, 10.12.2008]
- CDU, Diskussionsforum. Tilgængelig: [www.diskussion.cdu.de/cgi-bin/forum.cgi?zeigealle=/forum/thema4/ilezuBZfg.ovr](http://www.diskussion.cdu.de/cgi-bin/forum.cgi?zeigealle=/forum/thema4/ilezuBZfg.ovr) [2008, 20.10]
- Erben, Johannes, 1968. *Deutsche Grammatik*, Fischer Taschenbuch Verlag: Frankfurt a.M.
- Glück, Helmut und Sauer, Wolfgang W., 1997. *Gegenwartsdeutsch*. 2. Auflage, Verlag J.B. Metzler: Stuttgart/Weimar.
- Grüne, Debatforum. Tilgængelig: [www.gruene.de/cms/default/rubrik/14/14292.kommentare.htm](http://www.gruene.de/cms/default/rubrik/14/14292.kommentare.htm) [2008 21.10.]
- Helbig, Herhard und Buscha, Joachim. 1981. *Deutsche Grammatik: Ein Handbuch für den Ausländerunterricht*, VEB Verlag Enzyklopädie: Leipzig.

- Hermann, Judith. 2003. *Nichts als Gespenster: Erzählungen*, 3. Auflage. S. Fischer Verlag: Frankfurt a.M.
- Isenschmid, Andres, 2008. *Kluges Kapital*. Tilgængelig: <http://www.zeit.de/2008/50/L-Kluge/seite-2> [2012, 23.11]
- Jørgensen, Peter, 1958/1992. *Tysk grammatik II*, 3. udgave, Gads forlag: København.
- König, Werner, 2007. *dtv-Atlas deutsche Sprache*. 16. korrigerede oplag. Deutscher Taschenbuchverlag: München.
- Lendle, Jo. 2008. *Die Kosmonautin*, Deutsche Verlagsanstalt: München.
- Lorentsen, Annette, 2000. *Kasusbrug på tysk*, Institut for Sprog og Internationale Kulturstudier, AAU: Aalborg.
- Nübling, Damaris, 2008. *Historische Sprachwissenschaft des Deutschen*, 2. überarbeitete Auflage, Günther Narr Verlag: Tübingen.
- Perrenac, Helene. *Zur Widerstandsfähigkeit des adnominalen Genitivs*, in: Vuillaume, Marcel, 1998. *Die Kasus im Deutschen: Form und Inhalt*, Stauffenburg-Verlag: Tübingen.
- Richter, 2008. Merkel manht zur Disziplin. Tilgængelig: [www.zeit.de/online/2008/50/rezession-konjunkturpaket-massnahmen](http://www.zeit.de/online/2008/50/rezession-konjunkturpaket-massnahmen) [2012, 22.11]
- Schulze, Ingo. 2007. *Handy: dreizehn Geschichten in alter Manier*, Berlin Verlag: Berlin.
- Sick, Bastian, 2008. *Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod: Folge 1-3 in einem Band*, Verlag Kiepenheuer und Witsch: Köln
- Studivz.net, Debatforum. Tilgængelig: [www.studivz.net/Groups/Overview/5d02b15307ef395a](http://www.studivz.net/Groups/Overview/5d02b15307ef395a) [200, 27/11]
- Teuber, Oliver, *Gibt es zwei Genitive auf Deutsch* in: Thieroff, Rolf; Tamrat, Matthias; Fuhrhop, Nanna und Teuber, Oliver. 2000. *Deutsche Grammatik in Theorie und Praxis*, Max Niemeyer Verlag: Tübingen.
- Wermke, Matthias (Hg.); Kunkel-Razum, Kathrin (Redaktion und Hg.) und Scholze-Stubenrecht, Werner (Hg.). 2005. *Duden: Die Grammatik*, 7. Ausgabe, Bibliographisches Institut und Brockhaus AG: Mannheim.
- von Winther, Thomas und Mittendorf, Volker (Hrsg.) 2008. *Perspektiven der politischen Soziologie im Wandel von Gesellschaft und Staatlichkeit - Festschrift für Theo Schiller*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Zeit-Redaktion, 2008. Polizei jagt die Terroristen. Tilgængelig: <http://www.zeit.de/online/2008/49/anschlaege-indien> [2012, 22.11]

## Noter

- 1 Oliver Teuber beskæftiger sig mere indgående med dette i (Thieroff et al 2000, 17)



Genitiv på tysk  
Jan T. Schlosser og Lasse Holmgren Brunø

- 2 Duden accepterer både ”*Jesus*” og ”*Jesu*” som korrekte genitivformer.  
([www.duden.de](http://www.duden.de))
- 3 Jf. Perrenac 1998.

## Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv

En sproglig analyse af, hvordan grænsekontROLSAGEN blev vinklet i den tyske avis Die Welt

**Anne Grethe Julius Pedersen** *ph.d., lektor i tysk markeds kommunikation ved Institut for Kultur og Globale Studier, Aalborg Universitet med undervisnings- og forskningsområder inden for tysk sprog, kultur og kommunikation i professionelle sammenhænge.*

**Dorthe Nabe Nielsen** *cand.mag. i Sprog og International Virksomhedskommunikation - tysk, fra Aalborg Universitet 2012. Ansat som projektassistent i kongresafdelingen hos VisitAalborg.*

### Indledning

I sommeren 2011 gik bølgerne højt mellem Danmark og Tyskland, efter at den daværende danske VK-regering sammen med Dansk Folkeparti og Kristendemokraterne havde indført det, som blev kaldt permanent toldkontrol ved Danmarks grænser. Begrundelsen for at indføre den øgede kontrol var et ønske om en skærpet kriminalitetsindsats, som det fremgik af en pressemeddelelse fra Finansministeriet: "Der skal bremses op for de seneste års markante stigning i den grænseoverskridende kriminalitet i Danmark" (Finansministeriet, 2011). Ifølge daværende finansminister Claus Hjort Frederiksen (V) lå kontrollen "inden for rammerne af Schengen-aftalen", og hensigten med den var at skabe øget tryghed i befolkningen: "Vi har set mange eksempler på vold, indbrud og brutal kriminalitet begået af forbrydere, der har krydset grænserne. Jeg er overbevist om, at vi med en mere intens kontrol kan komme noget af den kriminalitet til livs og dermed skabe mere tryghed herhjemme" (Finansministeriet, 2011).

Beslutningen synes således at være udsprunget af en oplevelse af, at sikkerheden og trygheden i Danmark er truet af de åbne græn-

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

ser samt et ønske om at beskytte landet gennem kontrol ved grænserne. Beslutningen var kontroversiel, og grænsekontrolsagen, som den blev døbt i medierne og kaldes her, affødte mange negative<sup>1</sup> reaktioner både inden for og uden for Danmark, ikke mindst fra tysk side, hvor mediebildet var præget af overskrifter såsom ”Die spinnen, die Dänen! Warum die Wiedereinführung der Grenzkontrollen Europa kaputt macht“<sup>2</sup> (*Bild*, 2011), ”Scharfe Kritik an Dänemarks Grenzkontrollen“<sup>3</sup> med en opfordring til at boykotte Danmark som ferieland fra europaminister i delstaten Hessen Jörg-Uwe Hahn (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 2011) og ”Grenzkontrollen – Barroso droht Dänemark mit Vertragsverfahren“<sup>4</sup> (*Focus*, 2011). Danmarks forhold til Tyskland og det øvrige EU var fra foråret 2011 frem til det danske regeringsskifte i september 2011 påvirket af sagen, og tyske politikere forlangte svar og forklaringer fra bl.a. udenrigsminister Lene Espersen (K). De nye regeringspartier (S, R og SF) med Helle Thorning Schmidt (S) i spidsen erklærede dog, at de ville droppe den skærpede grænsekontrol og de planlagte kontrolanlæg (*Politiken*, 2011b).

Den ene af artiklens forfattere, Dorthe Nabe Nielsen, fulgte sagens forløb fra Berlin, hvor hun var i praktik. Herfra oplevede hun, som ovenstående også antyder, hvordan sagen blev præsenteret væsentligt anderledes i de tyske medier end i de danske, og hvordan man i Tyskland tilskrev indførelsen af grænsekontrol en anden og mere vidtrækkende betydning end den officielle danske udlægning.

Sagen er et eksempel på, hvordan en konkret politisk handling opfattes og italesættes forskelligt, for, som det fremgår af ovenstående citat af Hjort Frederiksen, var den daværende danske regering af den opfattelse, at grænsekontrollen lå inden for rammerne af Schengen-aftalen<sup>5</sup> og således ikke var et brud på det tværnationale samarbejde inden for EU. Men sådan blev det ikke opfattet uden for Danmark. Sagens kerne synes at være et sammenstød af opfattelser af, hvad det vil sige at være medlem af EU og indgå i Schengen-samarbejdet og hvilke beslutninger og handlinger der (ikke) ligger hos de nationale regeringer i en globaliseret verden.

I denne artikel belyses omtalen af grænsekontrolsagen i fire avisartikler fra netudgaven af den tyske avis *Die Welt* i perioden 13. maj til 21. juli 2011. Formålet med analysen er at afdække, hvordan tiltagene ved grænsen og disses konsekvenser blev opfattet og vinklet fra et tysk perspektiv. Analysen kan give et dybere indblik i, hvilke

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

reaktioner sagen fremkaldte og således bidrage til øget viden om et konkret aspekt af det dansk-tyske og det dansk-europæiske forhold.

### Tekstkorpus og analysemetode

De valgte avisartikler stammer som sagt fra netavisen *Welt Online*, som er en del af WELT-gruppen, der ejes af den tyske mediekoncern Axel Springer Verlag AG. Axel Springer Verlag AG blev grundlagt i 1946 og udgiver bl.a. også tabloidavisen *Bild* (Axel Springer AG, 2012). *Die Welt*, som har hovedkontor i Berlin, udkom første gang i 1946 og betragtes af nogle som et af flagskibene blandt de store landsdækkende aviser i Tyskland sammen med *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung* og *Frankfurter Rundschau*. Avisens politiske ståsted kan betegnes som borgerligt-konservativt (Wikipedia, 2012). De følgende fire artikler er eksemplark udvalgt og udgør undersøgelsens tekstkorpus:

- a *Die Welt. EU droht Dänemark mit Klage gegen Grenzkontrollen.* 13.5.2011
- b *Die Welt. Kieler Appell an Dänemark: Grenzkontrollen überdenken.* 27.5.2011
- c *Die Welt. Ende der Reisefreiheit.* 6.7.2011.
- d *Die Welt. Dänemark fordert EU zur Klage heraus.* 21.7.2011

Analysen er en tekstfortolkende, kvalitativ undersøgelse af et eksemplarisk udvalgt datamateriale med fokus på følgende tre spørgsmål:

- 1 Hvordan vinkles grænsekontROLSAGEN i *Die Welt*, og hvilke aspekter af sagen præsenteres som centrale?
- 2 Hvilke indvendinger imod grænsekontrollen fremsættes og hvordan?
- 3 Hvordan fremstilles forholdet mellem Danmark og den nordtyske delstat Schleswig-Holstein?

Ved hjælp af analyse af indhold og sprog belyses, hvordan grænsekontrol, som blev indført fra dansk side i forsommeren 2011, vinkles i de valgte artikler. Analysen koncentrerer sig om valget af indholdsmæssige temaer og sproglige virkemidler, herunder bl.a. ordvalg, metaforer og præsuppositioner, for at afdække artiklernes perspek-

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

tiv på sagen og den sproglige evaluering, der forekommer eksplicit eller implicit i artiklerne.

De tre spørgsmål er valgt, fordi vi anser dem som centrale i omtalen af sagen og dens betydning for Danmarks forhold til nabolandet Tyskland og til resten af EU. Det tværnationale samarbejde i Region Sønderjylland-Schleswig er af særlig betydning, dels fordi det var her grænsekontrollen fysisk skulle finde sted, og dels fordi både det formaliserede samarbejde og den øvrige kontakt på tværs af grænsen er meget tydeligt her. Som eksempler kan nævnes de mange pendlere og handlende, der ofte krydser grænsen, men også samarbejdsprojekter mellem Region Syddanmark og Schleswig-Holstein på sundhedsområdet, som bl.a. omfatter ambulancetjeneste og brandslukning over grænsen (Region Syddanmark, 2012; Interreg, 2011), og samarbejdet om den faste forbindelse over Femern Bælt (*Fehmarnbelt Weekly*, 2012). Dertil kommer samarbejdet mellem uddannelsesinstitutioner i Sønderjylland og Schleswig, der gør det muligt at tilbyde uddannelser på tværs af grænsen (Interreg, 2012).

### Analyse af grænsekontROLSAGEN I Die Welt

Som det første undersøges vinklingen af grænsekontROLSAGEN gennem en analyse af den måde, hvorpå den danske benævnelse permanent toldkontrol gengives i den tyske avis og af de konnotationer, der er forbundet med de valgte termer. Dernæst identificeres og belyses de temaer, der behandles som centrale i artiklerne.

### Grænsekontrol vs. toldkontrol

For det første er det tydeligt, at den danske benævnelse permanent toldkontrol i de fire artikler fra *Die Welt* i vidt omfang erstattes af benævnelsen grænsekontrol, når der ikke henvises specifikt til en dansk kilde. Anvendelsen af grænsekontrol ses fx i overskriften "EU droht Dänemark mit Klage gegen Grenzkontrollen" (*Die Welt*, 2011a). Dette gælder også mange af de øvrige tyske mediers omtale af sagen. Den betydningsforskel, der er imellem toldkontrol og grænsekontrol er ikke uvæsentlig, idet toldkontrol alene betyder kontrol af toldpligtige varer, mens grænsekontrol indebærer kontrol af personer og varer (*Duden*, 2011). I modsætning til den officielle danske benævnelse, der søger at nedtone omfanget af kontrollen, bl.a. også ved at referere til den daværende skatteminister (og ikke udenrigsministeren) som den for kontrollen ansvarlige minister,

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

fremhæver termen grænsekontrol konsekvenserne for den personlige rejsefrihed. Der er således tale om to forskellige forståelser af, hvad kontrollen indebærer. Foranstaltningerne ved grænsen omtales desuden som en *genindførelse* af grænsekontrol, fx: "Wiedereinführung von Grenzkontrollen" (*Die Welt*, 2011a, linje 53; *Die Welt*, 2011b, linje 5). Der skabes således associationer til den grænsekontrol, der fandtes før, Danmark tiltrådte Schengen-aftalen i 2001. Den daværende danske regerings vinkling af tiltaget som en toldkontrol overtages dermed ikke af *Die Welt*, hvor tiltaget præsenteres som grænsekontrol og som et tilbageskridt i forhold til det europæiske samarbejde, hvilket er langt mere vidtrækkende. Forudsat at redaktionen på *Die Welt* har været vidende om den danske term, kan valget af 'grænsekontrol' ses som en implicit kritik af den danske benævnelse og som en skærpelse af debatten.

De centrale aspekter, der i alle artikler behandles kritisk i forbindelse med det danske tiltag er følgende:

- 1 Begrænsning af rejsefriheden
- 2 Renationalisering
- 2 Kriminalitetsbekæmpelse

I det følgende ser vi nærmere på, hvordan aspekterne hver især sættes i sammenhæng med kontrollen ved grænsen. For overskuelighedens skyld behandles aspekterne i første omgang hver for sig, selvom der til en vis grad er sammenfald i indvendingerne.

### **Begrænsning af rejsefriheden**

En væsentlig indvending mod Danmarks foranstaltninger ved grænsen går på, at de vil begrænse rejsefriheden og dermed være i modstrid mod en af kongstankerne i det europæiske samarbejde, som handler om at fjerne hindringer for den frie bevægelighed for bl.a. personer. I følgende citat sættes fx lighedstegn mellem kontrollen ved grænsen og begrænsningen af rejsefriheden, og samtidig understreges det emotionelle aspekt af sagen med konstateringen af, at der er stor forargelse over Danmarks planer om at begrænse rejsefriheden:

"Die Empörung über Dänemarks Pläne zur Begrenzung der Reisefreiheit im Schengen-Raum ist groß. Die EU-Kommission würde Dänemark sogar verklagen."<sup>6</sup> (*Die Welt*, 2011a, linje 2). Der er tale om, at EU-kommissionen kan lægge sag an mod Danmark for et

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

brud på aftalen om rejsefrihed, og der er således ifølge avisen ikke alene tale om forargelse fra tysk side, men også fra EU-kommissionens side, som det organ, der vogter over EU-traktaternes overholdelse. Ordet *sogar* betoner endvidere, at de danske planer er særligt kritisable, endog så kritisable, at EU-kommissionen overvejer at tage et så ekstraordinært skridt i brug som et sagsanlæg. At Danmark er i problemer understreges i artiklen desuden af et billede, hvor sorte skyer trækker sig sammen om det blå EU-skilt med navnet Danmark i midten og de gule EU-stjerner rundt om. Også flere andre steder i artiklerne omtales det danske tiltag som et muligt brud på Schengen- og EU-traktaten. I den første og den fjerde artikel fra *Die Welt* (2011a; 2011d) indskydes dog en epistemisk modalitet som fx i formuleringen 'muligt traktatbrud'. En dansk reaktion på et muligt sagsanlæg bringes i *Die Welt* (2011d, linje 2-3), hvor overskriften fortæller, at Danmark udfordrer EU, og krigsmetaforerne 'strid', 'gå i offensiven' og 'krydse klinger' i følgende citat understreger alvoren (forfatterens understregning):

Im Streit mit der EU um die neuen Grenzkontrollen geht Dänemark jetzt in die Offensive. Der für die Kontrolle zuständige Steuerminister Peter Christensen forderte die EU-Kommission dazu auf, die Klingen vor Gericht zu kreuzen.<sup>7</sup>

120

Mere konkret refereres også til praktiske gener ved de danske foranstaltninger. Bl.a. refereres til kritik fra det danske mindretalspartis side, som forudser, at kontrollen vil forsinke trafikken over grænsen og skabe lange køer og ventetid, både for pendlere og for turister:

Auch die Partei der dänischen Minderheit, der Südschleswigsche Wählerverband (SSW), kritisierte die Entscheidung aus Dänemark. „Die neuen Grenzkontrollen werden zwangsläufig den Grenzübertritt von Personen und Gütern verlangsamen und verzögern“, sagte Fraktionschefin Anke Spoorendonk. Dies berühre die Pendler, die in Dänemark arbeiten, und den Warenverkehr über die Grenze, der langsamer und damit auch teurer werde. „Und es wird auch die Dänemark-Urlauber behindern, die selbst bei einer noch so effizienten Kontrolle zu Stoßzei-



Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

ten einen erheblichen Rückstau erdulden müssen“<sup>48</sup> (*Die Welt*, 2011b, linje 20-24).

Der skrives i forbindelse med den begrænsede rejsefrihed ikke om de tiltænkte begrænsninger for kriminelle, men derimod om begrænsninger for to indtægtsgivende grupper, pendlere og turister, som det politisk set er mere problematisk at lægge hindringer i vejen for. Desuden gøres opmærksom på, at varetransporten over grænsen bliver langsommere og dyrere, hvilket også rammer virksomheder og samhandlen med bl.a. Tyskland. Der dannes dermed indirekte et indtryk af, at de danske politikere ikke har tænkt tiltaget ordentligt igennem og haft blik for sådanne utilsigtede bivirkninger.

### Renationalisering

En anden indvending er koncentreret om renationalisering som en mere overordnet politisk tendens. Det danske tiltag ses som udtryk for en sådan renationalisering, der strider imod visionerne for Europa og EU. Den tyske udenrigsminister Guido Westerwelle citeres her for at advare imod politisk renationalisering og national enegang inden for EU, som kan sprede sig til flere lande. Desuden pointerer Westerwelle, at Tyskland fortsat vil arbejde for rejsefrihed, underforstået i modsætning til Danmark og evt. andre lande:

Außenminister Westerwelle (FDP) warnte vor einem Rückfall in nationale Alleingänge in der EU. Er Sorge sich, dass viele Länder eine Renationalisierung der Politik wollten [...]‘Das ist eine Politik, die in Wahrheit aus innenpolitischen Gründen geführt wird‘. Deutschland werde weiter für Reisefreiheit eintreten.<sup>9</sup> (*Die Welt*, 2011a, linje 15-16).

Både ordet *Rückfall* og attributten *re-* udtrykker en tilbagevenden til en tidligere, uønsket situation (Duden, 2011), som Westerwelle advarer imod. Sammen med formuleringen *nationale Alleingänge* ligger der en klar tilkendegivelse af, at den danske holdning, opfattes som enegang og i strid med den fælleseuropæiske ide, der er fundamentet for bl.a. Schengensamarbejdet. Desuden henviser Westerwelle med 'i virkeligheden af indenrigspolitiske grunde' formentlig til det forhold, at indførelsen af grænsekontrol var støttepartiet Dansk Folkepartis betingelse for at stemme for den såkaldte tilbagetrækningsreform (*Politiken*, 2011a). Denne henvisning kan give

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

indtryk af, at grænsekontrollen var resultatet af et kompromis, som de daværende regeringspartier måske ikke gik så helhjertede ind for. Den bekymring, der gives udtryk for her, ses også andre steder i artiklerne, hvor det emotionelle træder endnu tydeligere frem, bl.a. i *Die Welt* (2011b), hvor den danske beslutning betegnes som *europafeindlich*, og hvor der rettes en appel fra Landdagen i Kiel til Danmark om at genoverveje tiltaget. Endvidere bringes et citat fra et tysk medlem af Europaparlamentet, der taler om faren for at EU-samarbejdet smuldrer:

Der CDU-Europaabgeordnete Elmar Brok zeigte sich angesichts der Debatten um den Euro und neue Grenzkontrollen beunruhigt über die Zukunft der EU. 'Ich mache mir große Sorgen um Europa, weil die Gefahr besteht, dass alles zerbröselt, was geschaffen wurde', sagte er [...]'<sup>10</sup> (*Die Welt*, 2011a, linje 30-31).

Med disse citater udtrykkes skuffelse og bekymring for sammenhængskraften i EU. I artiklerne præsupponeres således EU som en forudsætning for stabilitet og fred i Europa, som noget, der er blevet skabt omhyggeligt over lang tid og som nu risikerer at smuldre.

### **Kriminalitetsbekæmpelse**

Som nævnt ovenfor begrundes den permanente toldkontrol fra dansk side med en mere intensiv indsats imod en stigende grænseoverskridende kriminalitet (Finansministeriet, 2011). Dette afvises dog som en god løsning i et uddrag af en officiel opfordring fra Landdagen i Kiel til den daværende danske regering, hvor kontrollen ved grænsen betegnes som unødvendig, idet andre løsninger havde været mulige. Med verbet *zurückgreifen* fremstilles det danske tiltag som en reaktionsmåde, der griber tilbage til noget gammelkendt, som måske ikke modsvarer udfordringerne fra kriminaliteten i dag.

Eine effektivere Bekämpfung von Kriminalität wäre auch durch eine Stärkung der bisherigen Instrumente möglich, ohne dass auf permanente Grenzkontrollen zurückgegriffen werden muss<sup>11</sup> (*Die Welt*, 2011b, linje 12-13).

*Die Welt* (2011c) adskiller sig ved at bruge en anden tone. Her gives et situationsbillede fra den tysk-danske grænseovergang, hvor der

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

ifølge artiklen begynder *eine neue Zeitrechnung*. Her fremstilles på ironisk vis, hvordan de danske toldere i journalisters påhør, henvender sig til chaufførerne i bilerne og undersøger deres bagagerum i kampen mod den grænseoverskridende kriminalitet – uden at finde andet end fx brød, kiks og kartoffelchips, der, som det ironisk bemærkes, er tilladt at indføre. Gengivelsen af toldernes udsagn, om at det alene handler om kampen mod narkotika, alkohol og dopingmidler, og om hvor normalt alting er, bærer også præg af ironi. Ironien udtrykkes bl.a. i gentagelsen af 'normal' og i brugen af kolon som sætningsforbinder:

Er ist Leiter der dänischen Zollbehörde und betont gegenüber den Journalisten ein ums andere Mal, wie normal alles ist. Die Kontrolle: normal. Neue Abfertigungshäuser und Grenzanlagen, alles geplant ab 2014: ganz normal.<sup>12</sup> (*Die Welt*, 2011c, linje 18-20).

I forlængelse heraf skrives, at formanden for Den Danske Europabevægelse kæmper mod *die neue Normalität*, og at han kalder det en *Wahnsinnstat* (vanvidsgerning). Dermed peger artiklen på, at der også internt i Danmark er modstand mod kontrollen ved grænsen. Med de skildrede situationer og udsagn tilskriver avisen ikke selve grænsekontrollen den store virkning og betydning i kriminalitetsbekæmpelsen og fremstiller den dermed indirekte som både nytteløs og latterlig. Kontrollen kaldes direkte for *Kontrollwahn* (kontrolvanvid) (*Die Welt*, 2011c, linje 15), og indførelsen af kontrollen ved grænsen anses altså i artiklen som en vanvittig foranstaltning.

Denne fremstilling modsiges dog delvist i *Die Welt* (2011a), hvor en højtstående CDU-politiker fra den østtyske delstat Sachsen citeres for at sammenkæde bortfaldet af grænsekontrol med en ekstrem stigning i kriminaliteten:

'Wir haben nach dem Wegfall der Grenzkontrollen vor allem in den Grenzdörfern eine extreme Zunahme der Kriminalität [...] Dies führt zu einer echten Belastung. Die Nerven liegen blank.'<sup>13</sup> (*Die Welt*, 2011a, linje 51-52).

Der signaleres hermed forståelse for den danske begrundelse og en tilkendegivelse af, at det er nødvendigt med handling, uden at der direkte udtrykkes sympati for den danske løsning. I samme artikel

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

(*Die Welt*, 2011a) figurerer en rubrik i venstre margin med en rundspørge, hvor læserne stilles spørgsmålet "Sind Sie für die Wiedereinführung von Grenzkontrollen an der deutsch-dänischen Grenze?"<sup>14</sup> Hertil gives følgende to svarmuligheder: "Ja, Kriminelle und Flüchtlinge können so gestoppt werden"<sup>15</sup> eller "Nein, ich finde die Ausländerpolitik zu hart"<sup>16</sup>. Med disse to uddybninger af 'ja' og 'nej' inddrages et yderligere aspekt i diskussionen, nemlig flygtninge- og udlændingepolitik. Under 'ja' sidestilles kriminelle og flygtninge indirekte, under 'nej' kategoriseres kontrollen som udlændingepolitik og drejes dermed i en bestemt retning. Der gives i øvrigt heller ikke muligheder for andre grunde til at svare hhv. ja eller nej, og fx narko og doping lades helt ude af betragtning.

### **Forholdet mellem Danmark og Schleswig-Holstein**

Sammenlignet med vinklingen af forholdet mellem Danmark og EU, hvor der anvendes en skarp tone fra begge sider, omtales det dansk-slesvig-holstenske forhold mindre aggressivt og med en blanding af beklagelse og tro på, at det trods alt ikke vil ødelægge samarbejdet på tværs af grænsen. På den ene side gives der udtryk for, at kontrollen vil skabe nye barrierer for, at Region Sønderjylland-Schleswig samt regionen omkring Femern Bælt kan vokse sammen (*Die Welt*, 2011b), men på den anden sides pointeres det flere steder, at samarbejdet er tillidsfuldt (*Die Welt*, 2011b, linje 17) og fungerer fortrinligt (*Die Welt*, 2011b, linje 19). Således viser udtalelser fra Flensborgs borgmester og en sønderjysk hotdogsælger, at kontrollen ved grænsen ikke vil få den store betydning for samarbejdet i grænseregionen. Ifølge borgmesteren er det et forkert signal at sende, som dog også bliver blæst op (*Die Welt*, 2011c). Hermed ser signalværdien ud til at være mere i fokus end det praktiske.

Overordnet betragtet kan de blandede følelser hænge sammen med en frustrerende oplevelse af, at ens nabo(land) vælger at løse et kriminalitetsproblem, der findes på begge sider af grænsen, ved at forsøge at begrænse adgangen for de kriminelle til sit eget område med den sandsynlige konsekvens, at kriminaliteten tager til der, hvor man selv bor. Et mere sympatisk – og måske mere effektivt – træk kunne være en ekstraordinær fælles løsning og indsats mod kriminaliteten. Hvis man tænker sig den omvendte situation, hvor Tyskland ville indføre en tilsvarende kontrol ved grænsen, er det ikke svært at forestille sig stærke, fordømmende reaktioner i Danmark og andre af Tysklands nabolande.

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

### Konklusion og perspektivering

Analysen af de fire avisartikler fra *Die Welt* viser, at den valgte vinkel er overvejende kritisk over for det danske tiltag. Den kritiske vinkling kommer til udtryk på flere måder og relaterer sig til flere forskellige aspekter af sagen. Dels signalerer den måde, hvorpå sagen omtales som grænsekontrol en opfattelse af, at der ikke alene er tale om toldkontrol, som hører under skatteministeriet, men også kontrol af personer, hvilket kan ses i at betegnelsen ikke overtages, hvilket også fremgår af ja/nej-spørgsmålet ovenfor. Derudover afspejler de aspekter, avisartiklerne behandler som centrale, kun delvist det fokus, som det danske regeringsudspil indeholdt. Indvendingerne går for det første på, at grænsekontrollen vil begrænse rejsefriheden og dermed være et brud på EU- og Schengen-traktaterne. For det andet fremstilles tiltaget som et udtryk for en renationaliseringstendens, som er ødelæggende for den fælles-europæiske fremtid og for samarbejdet og naboskabet mellem Danmark og Schleswig-Holstein mere specifikt, og for det tredje præsupponeres det, at det ikke er den rigtige måde at bekæmpe kriminaliteten på, og dermed at der findes andre (bedre) måder at gøre det på end at lukke en indre grænse i EU.

De omtalte indvendinger imod kontrollen præsenteres dels ved hjælp af udsagn, der indeholder rationelle argumenter såsom uhenigtsmæssige hindringer for turister, pendlere og handlen over grænsen og dermed risiko for faldende indtjening, og dels ved hjælp af emotionelle argumenter. Sidstnævnte optræder bl.a. i citater, hvor forskellige tyske politikere giver udtryk for deres bekymringer for det fremtidige europæiske samarbejde og for forargelse over Danmarks enegang. Desuden anvendes der i en af artiklerne en ironisk distancerende tone, der beskriver kontrolforanstaltningerne ved grænseovergangen som latterlige og uden virkning. Vinklingen af sagen i de undersøgte avisartikler er dog ikke udelukkende kritisk, da der også bringes enkelte tilkendegivelser af forståelse for grænsekontrollen som et instrument imod kriminaliteten.

Reaktionerne i Tyskland, men også i det øvrige EU og i Norden (fx Wallmark, 2011), kom tydeligvis bag på den daværende danske regering, som fra flere sider blev afkrævet forklaringer på årsagerne til og intentionerne med grænsekontrollen. Grænsekontrolsagen og dens modtagelse i Tyskland viser tydeligt, at der eksisterer forskellige opfattelser af det fælles-europæiske projekt i form af først EF og siden EU. Blandt tyske politikere, nationale som føderale, har Euro-

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

papolitikken og den europæiske integration generelt set spillet en meget central rolle siden genopbygningen efter anden verdenskrig (Lammers, 1996, 101ff.), ikke mindst for at sikre en fredelig fremtid for Europa, og denne politik møder bred opbakning i erhvervslivet. Tilknytningen til EU og troen på nødvendigheden af et EU er, bl.a. pga. fortidens skygger, generelt set stærkere i Tyskland end i Danmark, i hvert fald i udmeldingerne fra det officielle Tyskland. I den brede befolkning er tilknytningen til EU formentlig mere varierende, som det også er tilfældet i Danmark. Tyskland var med til at grundlægge EF og EU og har 'købt hele pakken', endda afskaffet deres stærke D-mark. Danmark kom først til senere og har løbende haft forbehold over for det fulde samarbejde, fx Euro'en.

At dømme efter reaktionerne på grænsekontROLSAGEN handler den således om meget mere end for eller imod grænsekontrol som et redskab i kriminalitetsbekæmpelsen. Sagen er kompleks og forbundet med forskellige rationelle og emotionelle problematikker. Betragter man eksempelvis de mange artikler i tyske medier i perioden omkring den danske grænsekontrol, fremgår det, at grænsekontrollen i adskillige tilfælde blev brugt som en anledning til videre at berette om især Danmarks hårde udlændingepolitik og EU-skepsis. Det, at både *Die Welt* og den daværende danske regering politisk set er orienteret til højre for midten, tyder på, at den kritiske vinkling handler om andet og mere end politiske holdninger.

På et mere overordnet plan afspejler sagen også et aktuelt globaliseringsdilemma mellem på den ene side åbne grænser og øget tværnationalt samarbejde med en vis suverænitetsafgivelse til følge og på den anden side nationalstaternes rolle, rettigheder og pligter i en globaliseret verden. Nationalstaterne kontrollerer territorier, kan legitimt bruge militærmagt og er ansvarlige for at opretholde retssystemer (Giddens, 2000, kap. 5), men i takt med stigende globalisering og intensiverede relationer mellem nationer, bliver denne kontrol og dette ansvar formentlig i stigende grad et anliggende for kollektiver af nationer som fx EU snarere end for de enkelte nationer hver for sig.

## Noter

- 1 Det skal nævnes, at der også var positive reaktioner på grænsekontrollen, bl.a. fra tyskere, som blev interviewet af dansk tv på vej over græn-

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

- sen. Desuden kunne man i kommentarer til avisartikler online se forståelse og sympati for det danske tiltag for at bremse kriminaliteten.
- 2 Det rabler for danskerne! Hvorfor genindførelsen af grænsekontrollen ødelægger Europa.
  - 3 Skarp kritik af Danmarks grænsekontrol.
  - 4 Grænsekontroller – Barroso truer Danmark med sagsanlæg pga. traktatbrud.
  - 5 Schengensamarbejdet, som Danmark har deltaget i fuldt ud siden 2001, omfatter 22 EU-lande samt Norge, Island, Schweiz og Liechtenstein. Som borger i et Schengen-land kan man frit bevæge sig på tværs af de indre landegrænser. Ud over en afskaffelse af personkontrollen indebærer Schengen-samarbejdet også et styrket samarbejde om at bekæmpe grænseoverskridende kriminalitet, illegal indvandring m.m. (Folketinget – EU-oplysningen, 2011).
  - 6 Forargelsen over Danmarks planer om begrænsning af rejsefriheden i Schengen-området er stor. EU-kommissionen vil måske ligefrem lægge sag an mod Danmark.
  - 7 I striden med EU om de nye grænsekontroller går Danmark nu i offensiven. Peter Christensen, der er den skatteminister, hvorunder kontrollen sorterer, opfordrede EU-kommissionen til at krydse klinger i retten.
  - 8 Også det danske mindretals parti, Sydslesvigsk Vælgerforening (SSW) kritiserede beslutningen fra Danmark. "Den nye grænsekontrol vil nødvendigvis sinke og gøre passagen over grænsen af personer og varer langsommere," sagde gruppeformand Anke Spoorendonk. Dette vil berøre de pendlere, som arbejder i Danmark, samt trafikken af varer over grænsen, som vil blive langsommere og dermed også dyrere. "Og det vil også genere Danmarks-turisterne, som selv ved en nok så effektiv kontrol må døje med en betydelig kødannelse i spidsbelastningstiden."
  - 9 Udenrigsminister Westerwelle (FDP) advarede mod et tilbagefald i national enegang i EU. Det bekymrede ham, at mange lande ønskede en renationalisering af politikken [...].
  - 10 CDU's europaparlamentariker Elmer Brok viste sig i betragtning af debatterne om euroen og nye grænsekontroller urolig for EU's fremtid. "Jeg er bekymret for Europa, fordi der er fare for, at alt, hvad der er blevet skabt, smuldrer", sagde han [...].
  - 11 En mere effektiv bekæmpelse af kriminalitet ville også have været mulig gennem en styrkelse af de eksisterende instrumenter, uden at det er nødvendigt at ty til permanent grænsekontrol ...



Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

- 12 Han er leder af den danske toldmyndighed og betoner igen og igen over for journalisterne, hvor normalt alt er. Kontrollen: normalt. Nye ekspeditionshuse og grænseanlæg, alt planlagt fra 2014: helt normalt.
- 13 Efter at grænsekontrollen er ophørt, oplever vi især i grænselandsbyerne en ekstrem stigning i kriminaliteten. Dette medfører en alvorlig belastning. Nerverne er tyndslidte.
- 14 Er De for genindførelsen af grænsekontrollen ved den tysk-danske grænse?
- 15 Ja, kriminelle og flygtninge kan stoppes på den måde.
- 16 Nej, jeg finder udlændingepolitikken for hård.

## Referencer

- Axel Springer AG, 2012. Website: [www.axelspringer.de](http://www.axelspringer.de) [14.8.2012].
- Bild, 2011. *Die spinnen, die Dänen! Warum die Wiedereinführung der Grenzkontrollen Europa kaputt macht*, 5.7.2011, <http://www.bild.de/politik/inland/daenemark/warum-die-wiedereinfuehrung-der-grenzkontrollen-europa-kaputt-macht-18697364.bild.html> [14.8.2012].
- Die Welt*, 2011a. *EU droht Dänemark mit Klage gegen Grenzkontrollen*. 13.5.2011, <http://www.welt.de/politik/ausland/article13370744/EU-droht-Daenemark-mit-Klage-gegen-Grenzkontrollen.html> [14.8.2012].
- Die Welt*, 2011b. *Kieler Appell an Dänemark: Grenzkontrollen überdenken*. 27.5.2011, [http://www.welt.de/print/die\\_welt/hamburg/article13397437/Kieler-Appell-an-Daenemark-Grenzkontrollen-ueberdenken.html](http://www.welt.de/print/die_welt/hamburg/article13397437/Kieler-Appell-an-Daenemark-Grenzkontrollen-ueberdenken.html) [14.8.2012].
- Die Welt*, 2011c. *Ende der Reisefreiheit*. 6.7.2011, [http://www.welt.de/print/welt\\_kompakt/print\\_politik/article13470365/Ende-der-Reisefreiheit.html](http://www.welt.de/print/welt_kompakt/print_politik/article13470365/Ende-der-Reisefreiheit.html) [14.8.2012].
- Die Welt*, 2011d. *Dänemark fordert EU zur Klage heraus*. 21.7.2011, [http://www.welt.de/print/welt\\_kompakt/print\\_politik/article13498868/Daenemark-fordert-EU-zur-Klage-heraus.html](http://www.welt.de/print/welt_kompakt/print_politik/article13498868/Daenemark-fordert-EU-zur-Klage-heraus.html) [14.8.2012].
- Duden, 2011. *Duden – Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim: Duden.
- Finansministeriet, 2011. *Styrket toldkontrol ved Danmarks grænser*. Pressemeddelelse, 11. maj 2011, <http://www.fm.dk/nyheder/pressemeddelelser/2011/05/20110511-styrket-toldkontrol-ved-danmarks-graenser/> [14.8.2012].
- Focus, 2011. *Grenzkontrollen – Barroso droht Dänemark mit Vertragsverfahren*, 13.5.2011, [http://www.focus.de/politik/ausland/grenzkontrollen-barroso-droht-daenemark-mit-vertragsverfahren\\_aid\\_627126.html](http://www.focus.de/politik/ausland/grenzkontrollen-barroso-droht-daenemark-mit-vertragsverfahren_aid_627126.html) [14.8.2012].

Den danske grænsekontrol fra et tysk perspektiv  
Anne Grethe Julius Pedersen og Dorthe Nabe Nielsen

- Folketinget – EU-oplysningen, 2011. *Schengen-lande & Hvad er Schengen-samarbejdet, og hvorfor hedder det sådan?*, <http://www.eu-oplysningen.dk/emner/schengen/lande/> [14.8.2012].
- Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2011. *Scharfe Kritik an Dänemarks Grenzkontrollen*, 5.7.2011, <http://www.faz.net/suche/?query=Scharfe+Kritik+D%C3%A4nemarks+Grenzkontrollen&resultsPerPage=20&suchbegriffImage.x=0&suchbegriffImage.y=0> [14.8.2012].
- Fehmarnbelt Weekly, 2012. *Dansk-tysk enighed omkring samarbejde om Femern Bælt forbindelsen*, 10.10.2012, <http://fehmarbeltweekly.com/dansk-tysk-enighed-omkring-samarbejde-om-femern-baelt-forbindelsen/> [5.11.2012].
- Giddens, A., 2000. *The Third Way and its Critics*. Polity Press: London. Oversat af O. Thornye og M. Thorup, 2004. *At tænke globalt. Globalisering, sociologi, politik*. København: Hans Reitzels Forlag: København
- Interreg, 2011. *Brandlukning hen over grænsen*, 15.7.2012, <http://www.interreg4a.dk/wm366672> [5.11.2012].
- Interreg, 2012. *Grænselandets gode historier skal frem i lyset*, 28.9.2012, <http://www.interreg4a.dk/wm399318> [5.11.2012].
- Lammers, K. C., 1996. *Bundesrepublik Deutschland. Staat, Gesellschaft, Geschichte und Kultur*. Akademisk Forlag: København.
- Politiken, 2011a. *EU-ekspert: Danmark er ved at gentage Muhammed-fejlen*, 9.6.2011, <http://politiken.dk/politik/ECE1303477/eu-ekspert-danmark-er-ved-at-gentage-muhammed-fejlen/> [14.8.2012].
- Politiken, 2011b. *Ny regering dropper øget grænsekontrol*, 3.10.2011, <http://politiken.dk/politik/ECE1411824/ny-regering-dropper-oeget-graensekontrol/> [14.8.2012].
- Region Syddanmark, 2012. *Notat – Strategi omkring det grænseoverskridende samarbejde*. 7.5.2012, [www.regionsyddanmark.dk/dwn227577](http://www.regionsyddanmark.dk/dwn227577) [1.11.2012].
- Wallmark, H., 2011. *Uacceptabelt med dansk grænsekontrol*, 13.5.2011, <http://www.norden.org/no/aktuelt/nyheter/wallmark-2013-uacceptabelt-med-skaerpet-graensekontrol> [14.8.2012].
- Wikipedia, 2012. *Die Welt*, [http://de.wikipedia.org/wiki/Die\\_Welt](http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Welt) [14.8.2012].

## Deltagende borgere i Energibyen Frederikshavn

### **Anders Horsbøl**

*er lektor på Institut for Kommunikation, AAU. Han underviser og forsker især inden for diskursanalyse, politisk kommunikation, bæredygtighed og sundhedskommunikation.*

### **Lisbeth Eeg**

*er cand. mag. i Kommunikation med bachelor i Politik og Administration fra Aalborg Universitet. Hun har arbejdet med klima og bæredygtighed på forskellige niveauer og har siden 2010 været ansat som kommunikationsmedarbejder i Hjørring Kommune på projekt Globale Spor.*

*I Danmark er der flere erfaringer med lokal borgerinddragelse, hvor energibesparende, 'grønne' eller bæredygtige projekter i nogen grad udvikles 'nedefra'. I denne artikel sættes fokus på de deltagende borgere i et sådant initiativ – Energibyen Frederikshavn – der bl.a. udmærker sig ved en ambition om fuldstændig overgang til vedvarende energi i 2015. Baseret på analyser af borgermøder og interviews med deltagerne undersøger vi, hvilke motivationer og værdier deltagerne giver udtryk for, hvilke sociale identiteter de realiserer, og hvordan der kobles mellem den nære hverdagsvirkelighed og mere 'fjerne' problemstillinger.*

I Danmark er der en vis tradition for regeringsstøttede, men lokalt forankrede initiativer på energi- og miljøområdet, fx Grøn Kommune (1989-1992) eller Grøn Guide Ordningen (1996-2001). Disse tiltag har været præget af en bestræbelse på at opnå bæredygtighed via borgerdeltagelse, om end det ikke har været entydigt, hvad borgerdeltagelsen egentlig skulle indebære (Læssøe, 2007). Borgerdeltagelse kan karakteriseres som det fænomen, at borgere inviteres til at bidrage med ideer og deltage i debatter og beslutninger om foran-

dringer i deres nære omgivelser (Hansen, 2010; Tortzen, 2008, Agger & Hoffmann, 2008). Kommunerne har her spillet en væsentlig rolle i udviklingen af lokale løsninger på energi- og miljørelaterede problemer. Denne artikel ser på et aktuelt kommunalt initiativ i forhold til klima og bæredygtighed og giver et signalement af de deltagende borgere.

I de seneste år har der været betydeligt medie- og forskningsmæssigt fokus på klimaspørgsmål og bæredygtighed. Forskningsinteressen har ikke mindst rettet sig mod mediernes dækning og diskursive konstruktion af klimaforandringer (Cottle, 2009; Doyle 2011; Eide et al., 2010), men også mere filosofiske og sociologiske tilgange til klimaspørgsmålet har gjort sig gældende (Giddens, 2009; Hulme, 2009; Kemp & Nielsen, 2009). Derimod har der været mindre opmærksomhed om borgere som aktører i klima- eller bæredygtighedsprojekter, herunder ikke mindst spørgsmålet om hvordan borgerne forholder sig til 'fjerne' eller uhåndgribelige problemstillinger som klimaforandringer, og hvordan de forbinder klima og bæredygtig med deres nære hverdagsvirkelighed. Denne artikel sætter sig for at belyse disse spørgsmål empirisk. Det sker med et casestudie af Energibyen Frederikshavn, hvor vi undersøger dels borgernes deltagelse i et borgerinddragelsesforløb, dels borgernes italesættelse af bæredygtighed og egen rolle i Energiby-projektet.

Frederikshavn Kommune erklærede sig i 2007 som Energiby med det ambitiøse mål allerede i 2015 at overgå til forsyning med 100 % vedvarende energi på el-, varme- og transportområdet, i første omgang for en del af kommunens område; den såkaldte Energiby Frederikshavn med ca. 25.000 indbyggere. Som led i realiseringen af Energiby Frederikshavn inviteredes kommunens borgere til at deltage som såkaldte 'aktivister'. Efter et første møde d. 27.1.2009 blev der under overskriften 'Min Kommune' etableret en borger- eller aktivistgruppe på ca. 20-25 personer, som efterfølgende mødtes ca. en gang om måneden over ca. et halvt år.

Det er denne gruppe af borgere og deres arbejde med Energiby Frederikshavn, som vi her sætter fokus på. Det foregår over to, af hinanden uafhængige, analytiske etaper: Først belyses kommunikationsforløbet i aktivistgruppen. Vi analyserer hvilke sociale identiteter borgerne realiserer eller påtager sig i samspillet med repræsentanter for Energiby Frederikshavn. Til det formål fokuserer vi dels på de opgaver og aktiviteter, som borgerne besluttede sig for på møderne, dels på de rationaler, dvs. begrundelser, motivationer og mål-

beskrivelser, som blev givet for opgaverne eller for engagementet i Energi byen i det hele taget. Dernæst undersøges ud fra to fokusgruppintervjuer med borgeraktivisterne, hvordan disse beskriver deres motivation for at deltage, deres holdninger til bæredygtighed samt deres forhold til (Energi) byen og kommunen. På baggrund heraf diskuteres, hvordan aktivisterne forholder sig til bæredygtighed, herunder hvordan hensyn til bæredygtighed forbindes med eller afvejes over for andre hensyn.

### **Forløbet i borgerinddragelsen**

Vi vender os først mod kommunikationsforløbet i borgerinddragelsen, dvs. i den 'aktivistgruppe' der blev dannet efter det første borgermøde d. 27.1.2009. Undersøgelsen er baseret på lydoptagelser af i alt seks møder, som blev afholdt frem til august 2009.

På det første møde lå hovedvægten på at udvikle ideer til Energi byen og aktivisternes arbejde. De ca. 50 fremmødte borgere traf ikke deciderede beslutninger for det videre arbejde, men formulerede, koordineret af en kommunikationskonsulent, i alt 111 ideer under overskrifterne "transport og infrastruktur", "kommunikation/synliggørelse", "uddannelse", "motivation", "energibesparelser" og "vedvarende energikilder". 31 borgere meldte sig desuden som 'aktivister'. Den første beslutning om retningen for borger- eller aktivistgruppens virke blev truffet på det andet møde, hvor diskussioner om rammerne for arbejdet mundede ud i en beslutning om at indsamle viden og erfaringer andre steder fra.

På det tredje møde blev der fremlagt et bredt spektrum af ideer, fx om termografi af ejendomme i Frederikshavn, indførelse af energi-smileys, fritagelse for afgifter ved energisparetiltag, energioplysning i skolen og brug af biblioteket. Borgeraktivistgruppen så det således bl.a. som sin opgave at komme med konkrete ideer til energibesparende tiltag. Det blev besluttet at koncentrere indsatsen om Energiugen, et tiltag hvor Energi byen præsenteres for alle borgere i Frederikshavn i form af udstillinger og forskellige aktiviteter. Borgeraktivisterne placerede sig således i en formidlerrolle mellem Energi byen og byens øvrige borgere. Opgaven med at indsamle viden og erfaringer fra andre kommuner som aktivisterne satte sig for ved det foregående møde, blev til gengæld ikke taget op og kom heller ikke senere til at præge det videre arbejde.

Hvad rationaler angår, blev der i undergruppernes fremlæggelser formuleret flere overordnede kriterier for borgeraktivisternes bidrag

til Energibyen: Frivillighed, bekvemmelighed og folkelighed. Tiltag som fx termografi skulle være frivillige for borgerne, det at spare på energien skulle være det naturlige og lette valg for moderne, travle mennesker – ikke noget med ”hønsesrik” – og Energibyen skulle være et folkeligt projekt, hvor det er ”folk” snarere end ”os” (altså borgeraktivisterne), der får ideerne. Desuden blev det at skabe folkelig opbakning ved at gøre Energibyen meningsfuld og konkret for den enkelte borger formuleret som en udfordring for aktivistgruppens arbejde.

På det fjerde møde blev der arbejdet videre med ideerne, både i forhold til Energiugen og til energispareforslag i det hele taget. Enkelte borgere gav tilsagn om at gå videre individuelt med bestemte ideer, fx med at få skolerne introduceret til Energibyen. I forbindelse med diskussionen af energispareideerne blev den lokale energiforsynings rolle taget op, og en borger foreslog, at en repræsentant for Forsyningen blev inviteret med til næste møde, ikke mindst med henblik på at skabe økonomiske incitamenters til at spare på energien

På det femte møde, hvor en repræsentant for Forsyningen deltog, stillede adskillige af de fremmødte borgere forslag om, at Forsyningen skulle indføre nye måder at opkræve betaling for energien på, fx i form af lavere grundgebyrer, for derved at give en større tilskyndelse til at spare på energien. Disse borgere påtog sig således den rolle at gå i konstruktiv dialog med centrale aktører på energiområdet. Desuden stillede nogle borgere spørgsmål om tilgængeligheden af bestemte energibesparende produkter (fx LED-pærer), dvs. spørgsmål som viste en relativ stor viden om nyere energitekniske muligheder. Disse borgere optrådte derved som en slags avantgarde energisparere, der brugte Forsyningen som en nyttig kilde til at komme videre med nogle af de energispareideer, de allerede havde. Hvad rationaler angår, blev der på mødet med Forsyningen givet udtryk for et privatøkonomisk og teknologisk rationale, hvor økonomiske incitamenters for den enkelte husholdning til at nedsætte sit energiforbrug vha. nye teknologier blev efterspurgt.

Under det sjette og sidste møde blev der fremført en del ideer, som ikke havde tilknytning til Energiugen, formentlig fordi flere af de fremmødte ikke havde deltaget i de foregående møder. Endvidere blev der på borgernes initiativ diskuteret, hvordan man kunne få Energibyens bedre repræsenteret i medierne, både de lokale og regionale. Her dukkede der således et nyt rationale om mediesynlig-

Deltagende borgere i Energibyen Frederikshavn  
 Anders Horsbøl og Lisbeth Eeg

hed for Energibyen op, hvor borgeraktivisternes førnævnte formid-  
 lerrolle nu blev formuleret eksplicit i forhold til medierne. Der blev  
 dog ikke taget beslutninger om opgaver for borgergruppen i denne  
 henseende. Derimod blev det besluttet, at man næste gang skulle  
 tage på en "studietur" til et nyetableret solvarmeanlæg.

En oversigt over opgaver og rationaler i hele forløbet er fremstillet  
 i figur 1 og 2. Rækkefølgen af de enkelte opgaver og rationaler af-  
 spejler deres kronologiske placering i forløbet.

Figur 1: Oversigt over opgaver som borgergruppen realiserer eller beslutter sig for

Opgaver	Tidspunkt for beslutning eller realisering
indsamle viden og erfaringer fra andre kommuner	Møde 2
bidrage til at forberede Energiugen	Møde 3, 4 og 5
komme med konkrete ideer til energibesparende tiltag	Møde 3, 4 og 5
gå i konstruktiv dialog med en repræsentant fra Fre- derikshavn Forsyning	Møde 4 og 5
tage på 'studietur' til et nyetableret solvarmeanlæg	Møde 6

Figur 2: Oversigt over rationaler som formuleres i borgergruppen

Rationaler	Tidspunkt for tematisering
skabe vækst og arbejdspladser i kommunen	Møde 2
gøre noget for byen og lokalområdet	Møde 2
gøre noget for miljøet	Møde 2
gøre det nemt for moderne mennesker at gebærde sig miljømæssigt rigtigt	Møde 3
gøre Energibyen til et folkeligt projekt, båret af ideer og initiativer 'nedefra'	Møde 3
skabe folkelig opbakning ved at gøre Energibyen me- ningsfuld for den enkelte borger	Møde 3
skabe økonomiske incitamenter for de enkelte hus- holdninger til at indføre nye energibesparende tekno- logier	Møde 4 og 5
synliggøre Energibyen i lokale og regionale medier	Møde 6

Hvad opgaverne i figur 1 angår, fylder opgave 2 om at bidrage til at  
 forberede Energiugen og opgave 3 om at komme med konkrete  
 ideer til energibesparende tiltag mest i forløbet. Sidstnævnte er ikke



udtryk for en decideret beslutning, men realiseres gennem deltagerens praksis, hvor der løbende bringes nye energibesparende ideer i omløb. Samme idérigdom gør sig gældende for opgave 2, som også er den, repræsentanterne for Energibyen primært orienterer sig mod. Den definerer dog langt fra hele aktivistgruppens arbejde og spiller fx på det sidste møde – dvs. det sidste møde før Energiugen - kun en mindre rolle.

Rationalerne i figur 2 viser artikulerede begrundelser og formål for opgaverne samt eksempler på målbeskrivelser, som ikke udmøntes i konkrete opgaver. De første tre rationaler beskriver grundlæggende målsætninger for Energibyen og motivationer for deltagelse i borgergruppen. Hvorvidt de skal forstås som forenelige, overlappende eller konfliktende, er ikke blevet diskuteret i gruppen. Det samme gælder for rationalerne 4-6. Disse er lidt mere specifikke end de første tre rationaler og kan betragtes som forsøg på at udstikke rammer og retningslinjer for det videre arbejde i aktivistgruppen. Man kan sagtens forestille sig et spændingsforhold mellem hensyn til bekvemmelighed og bred folkelig deltagelse eller mellem folkelig opbakning og folkelig deltagelse, men de spørgsmål blev ikke taget op. I det hele taget var det kendetegnende for aktivistgruppens diskussioner, at de forskellige rationaler ikke blev vendt og drejet, endsige gjort til genstand for grundlagsdiskussioner. Diskussionerne i aktivistgruppen var som helhed langt mere pragmatisk end ideologisk orienterede. Rationale 7 om skabelse af økonomiske incitamenter kan ses i forlængelse rationale 4 om nemhed, mens rationale 8 om mediesynlighed i nogen grad flugter med rationale 6 om skabelse af folkelig opbakning. Samlet set dækker de forskellige rationaler temmelig bredt, dog med hovedvægten på målsætninger om at formidle Energibyen til Frederikshavnerne og bidrage med ideer til indførelse af energibesparende teknologier. Forestillinger om grundlæggende ændringer af livsformer blev der ikke givet udtryk for.

Konkluderende kan man pege på fire sociale identiteter, som borgerne realiserer i kraft af disse opgaver og rationaler, her forstået som de positioner de etablerer i forhold til andre aktører. Vigtigst er en identitet som formidler mellem Energibyen og de 'almindelige' borgere i Frederikshavn. Desuden agerer nogle borgere som kritisk-konstruktiv dialogpartner for centrale energipolitiske aktører og som idégeneratorer med hensyn til indførelse af nye energibesparende teknologier. Forbundet hermed optræder de for det fjerde som avantgarde energisparere, der er på forkant med udviklingen og velinfor-

merede om både den private og samfundsmæssige anvendelse af vedvarende energiformer.

### Interviews med borgeraktivisterne

Vi vender nu blikket mod borgeraktivisternes forståelse af processen. Her undersøges, hvordan borgeraktivisterne beskriver deres motivation for at deltage som aktivist i Energibyen Frederikshavn, deres holdninger til bæredygtighed samt deres forhold til Frederikshavn, Energibyen og den proces, de er en del af. På baggrund af to fokusgruppinterviews, udført efter der var blevet afholdt 5 borgermøder, undersøges disse emner.

Den engelske antropolog og kulturteoretiker Mary Douglas' teori om kulturel antagonisme anvendes til at forstå aktivisternes værdier og holdninger. Douglas grupperer individer i forskellige kulturer i forhold til, hvordan de forholder sig til natur- og klimaspørgsmålene. Douglas tager i sin bog *Thought Styles* (Douglas, 1996) udgangspunkt i, hvordan vi udtrykker os igennem de valg og fravalg, vi foretager. Douglas opdeler på baggrund heraf individer i fire forskellige kulturer. Disse navngiver hun enklavister, isolationister, individualister og hierarkister.

Individualisterne anser naturen som robust og upåvirkelig. Med denne opfattelse af naturen kan individualisterne siges at retfærdiggøre, at deres livsstil ikke får afgørende konsekvenser for naturen. Det vil være umuligt at motivere individualister til at handle miljøvenligt på baggrund af et argument om, at naturen er skrøbelig. Derimod kan andre rationaler som fx det økonomiske give mening i forhold til at handle miljøvenligt.

Hierarkisterne mener, at formelle, etablerede relationer, traditioner og institutioner er afgørende for at opretholde balancen i tilværelsen, og at institutionerne derfor bør gå i front med kontrol og regulering. Naturen ses som robust inden for en vis grænse, så længe den ikke udsættes for store ødelæggelser. Hierarkisterne er ofte optaget af, om det overhovedet gør en forskel, at de som enkelte individer agerer miljøvenligt, da de ikke mener, at en ændring i deres minimale forbrug har betydning.

Enklavisterne bekymrer sig om naturens situation og det fremtidige liv på kloden; naturen opfattes som meget skrøbelig. Enklavisterne mener, at alle bør tage et ansvar for naturen. De har en meget høj moralsk forestilling om, at vi bør gøre alt, hvad vi kan, for at holde verden i balance.

Isolationisterne betegnes som en restgruppe af resultatløse og isolerede mennesker, som ikke hører til i de andre grupper. Kulturen er her uforudsigelig, og opfattelsen af naturen er, at den er lunefuld og utilregnelig.

Denne gruppering som Douglas opstiller, er anvendelig til at undersøge aktivisters standpunkter. Douglas' teori er anvendt som inspiration til samtale med aktivisterne samt til at analysere deres udsagn og efterfølgende til at belyse nye identiteter.

### **Miljø, økonomi og teknologi**

Under interviewene blev det tydeligt, at gruppen af aktivister er meget homogene og enige i deres holdninger til energiforbrug, miljø og klima. Blandt deltagerne kunne der ikke identificeres identiteter fra Douglas' gruppe af individualister, som mener at naturen er robust og upåvirkelig. Derimod eksisterede der en stor bekymring for naturen og miljøet, og det var emner, der interesserede dem meget. Dette kom til udtryk, når de blev spurgt direkte, men også indirekte via samtaler og diskussioner. Aktivisterne har megen viden om deres eget forbrug, og ligeledes har de en bred viden om globale miljøproblemer, der anses som forfærdelige og ikke tilfældige. Miljøproblemer anses som menneskeskabte, og hos aktivisterne ses træk fra Douglas' gruppe af enklavister, som netop føler et stort personligt ansvar og ser naturen som skrøbelig. Ligeledes udviser aktivisterne en stor bekymring for miljøets udvikling og fremtiden. Det er tydeligt, at de meget gerne delte deres viden om klima og miljø, og denne viden bliver blandt aktivisterne en måde, hvorpå de iscenesætter sig selv og skaber respekt og interesse i gruppen.

Det er nærliggende at tro, at deltagerne udelukkende handler miljøvenligt på baggrund af en omsorg og bekymring for miljøet, altså ud fra en idealistisk og enklavistisk tankegang. Men også andre motiver er afgørende. Samtlige deltagere giver udtryk for, at økonomiske overvejelser har stor betydning, og det primære incitament til at spare er hos flere deltagere det økonomiske, mens det sekundære er hensyntagen til miljøet.

Deltagerne kan altså ikke karakteriseres som fuldstændig enklavistiske idealister, da det økonomiske perspektiv også spiller en meget afgørende rolle.

På baggrund af samspillet mellem det økonomiske og det miljømæssige perspektiv kan man opstille tre forskellige grundholdninger: Det økonomiske perspektiv er 1) ikke, 2) i nogen grad eller 3) i

høj grad afgørende for miljøvenlig adfærd. Den første holdning kan genkendes hos -idealist og enklavisten, der ikke overvejer det økonomiske rationale i at spare. Derimod er motivet at redde verden, og metoden er at gå ned i levestandard. Ingen af borgeraktivisterne befinder sig i denne gruppe. Hos langt de fleste er det økonomiske motiv i høj grad afgørende for at spare energi i hjemmet, og borgeraktivisterne tilhører holdning 3 og i et lille omfang holdning 2. Afstanden til den enklavistiske idealist ses ligeledes i en usikkerhed om, hvor meget forskel det enkelte individs adfærd gør. Flere gange nævnes den amerikanske livsstil med store biler og kæmpe forbrug som meget skræmmende. Men den bliver ikke motivation for aktivisterne til at spare endnu mere, tværtimod betyder den, at deltagerne tvivler på, hvad deres tiltag hjælper. Flere af aktivisterne giver udtryk for, at staten og kommunerne bør gøre mere for at fremme mere miljøvenlig adfærd, og at virksomheder bør tage ansvar. Denne holdning ses tydeligt hos gruppen tilhørende den hierarkistiske kultur.

Et andet perspektiv, der adskiller aktivisterne fra enklavisterne, er, at de ikke ønsker at gå ned i levestandard for at handle mere miljørigtigt. Derimod er de meget optaget af nye teknologier og alternative løsninger, der gør det lettere at spare energi. Der tages udgangspunkt i, hvordan der udvikles nye alternative og miljøvenlige energikilder, og ikke i hvordan levestandarden nedsættes. Det er interessant at se, hvordan deltagerne benævner nye moderne energiteknologier som en forudsætning for at miljøproblemerne løses. På den måde forenes udvikling og ny teknologi med løsning af miljøproblemer.

Det ses tydeligt at aktivisterne er meget miljø- og energibevidste, altså enklavistiske. Men det ses også, at flere rationaler gør sig gældende, når de selv skal agere. Det økonomiske rationale, som kendes hos individualisterne, er i høj grad afgørende. Ligeledes giver det aktivisterne en god følelse at agere miljøvenligt, og det bliver en måde at skabe identitet og iscenesætte sig selv på. Der eksisterer altså både økonomiske, et slags "feel good" samt et selviscenesættelsesincitament blandt borgeraktivisterne, når de vælger at agere miljøvenligt. Borgeraktivisterne kan således karakteriseres som miljøbevidste, økonomibevidste samt tilhængere af ny teknologi, altså en slags kapitalistiske, teknologibevidste idealister. Med denne rolle forenes holdninger, der tidligere har stået i modsætning til hinanden.

## Forholdet til Frederikshavn og Energibyen

Aktivisterne blev bedt om at fortælle om deres forhold til Frederikshavn, for netop at belyse om dette kan være afgørende for deres deltagelse. Det giver god mening for dem at tale om Frederikshavn, og det bliver en selvfølgelighed blandt deltagerne at definere Frederikshavn. Ligesom viden om miljø og klima var emner, som deltagerne imponerede hinanden med, bliver viden og interne fortællinger om Frederikshavn det samme. Det vidner om et forum, hvor det er positivt at have viden om Frederikshavn.

Hos aktivisterne kommer der i høj grad en positiv forståelse af Frederikshavn til udtryk. De har et stærkt tilhørsforhold til Frederikshavn, som de ser som en modig by, der tør prøve noget nyt. Frederikshavn er ikke bare et sted, de bor, men noget, de er en del af. Frederikshavn defineres ikke kun som borgerne i byen, virksomhederne eller kommunen, men derimod som en helhed og en blanding af alle niveauer. Deltagerne er stolte af Frederikshavn og følger i høj grad med i, hvad der foregår. Ligeledes er de fleste aktive i adskillige lokale foreninger.

Der eksisterer også en yderst positiv holdning til, at kommunen har startet projekt Energibyen. Alle mener, at det er til stor fordel for byen. Der bakkes i høj grad op om projektet, som ifølge aktivisterne viser, at Frederikshavn tager ansvar for miljøet, svarende til den hierarkistiske kultur. Flere aktivister giver udtryk for, at Frederikshavn er en banebrydende foregangskommune, og det gør dem stolte at bo der. Denne stolthed vidner om, at aktivisterne identificerer sig med Energibyen og føler sig som en del af denne.

Aktivisterne nævner mange fordele ved Energibyen, og her ses flere interessante perspektiver.

Samtlige deltagere nævner, at Frederikshavn bliver synlig og kommer på landkortet. Dette vidner om aktivister, der ser markedsføring af Frederikshavn som en stor fordel ved Energibyen. Da aktivisterne prioriterer og diskuterer de mange fordele, genkendes i høj grad rollen som den kapitalistiske, teknologibevidste idealist. Aktivisterne nævner fordele som både omhandler det økonomiske og det miljømæssige perspektiv. På den måde dukker det sammenspil nu op på det kommunale og lokale plan. Aktivisterne nævner i høj grad arbejdspladser, markedsføring og erhvervsudvikling i Frederikshavn som fordele ved Energibyen. Men i lige så høj grad nævnes nedbringelse af CO<sub>2</sub>, øget bevidsthed om energiforbrug og at gøre noget godt for miljøet. Som ved spørgsmålet om fordelene ved at agere

miljøvenligt går sammenvævningen mellem det økonomiske og det miljømæssige igen.

Aktivisterne bakker i høj grad op om styringen og formen på de månedlige borgermøder, og de finder det meget positivt, at de er blevet præsenteret for en bottom-up styring, hvor de selv kan præge dagsordenen. De prioriterer fællesskabet med hinanden højt og mener, at det netop er via dette, at Energibyen skabes og udvikles. Selve processen fremstår også som afgørende for deres deltagelse. Aktivisterne giver udtryk for, at selve bottom-up styringen, medbestemmelsen og den beslutningskompetence, de får tildelt, motiverer dem til deltagelse. Et andet afgørende aspekt på aktivisters engagement i Energibyen er det sociale perspektiv og det fællesskab, de oplever, når de møder hinanden til borgermøderne. Dette vægtes utroligt højt, og flere deltagere udtrykker direkte, at det er meget afgørende for deres engagement. Samtlige aktivister er meget fællesskabsorienterede. Dette vidner igen om, at den proces, som Energibyen præsenterer aktivisterne for, i høj grad kan ses som afgørende for deres deltagelse. Ligeledes kan overensstemmelsen mellem aktivisters holdninger og Energibyens mål, midler og metoder ses som afgørende for deltagelsen.

### Konklusion

Vi vil fremhæve tre resultater fra analysen. For det første viser det sig at de deltagende borgere på flere måder går på tværs af gænges modsætninger i debatterne om klima og bæredygtighed. Både på aktivistmøderne og i fokusgrupperne kombinerer borgeraktivisterne hensyn til miljø og økonomi på en selvfølgelig måde, hvor disse hensyn ikke fremstår som modsætninger. Borgernes italesættelse har derfor klare fællestræk med en policy-diskurs om 'økologisk modernisering' (Hajer, 1995) og med "de hermed forbundne løfter om en win-win situation, hvor økologisk, teknologisk og økonomisk udvikling beforder hinanden" (Læssøe, 2007, p. 127). Tilsvarende artikuleres forestillinger om grundlæggende ændringer i de moderne livsformer ikke. I stedet er deltagelsen i Energiby-projektet for fleres vedkommende præget af en stor energi- eller miljøteknologisk interesse, som er med til at forankre engagementet for miljøet i konkrete energisparetiltag. Borgeraktivisters inklusive tilgang til teknologi, økonomi og miljø er interessant, men det samtidig er åbent spørgsmål, hvad der vil ske, hvis win-win-scenariet

udfordres, og prioritering mellem økonomisk fremgang og bæredygtighed kommer på tale.

For det andet spiller solidaritet med 'fjerne andre' spiller ingen synderlig rolle, men til gengæld er der en betydelig generøsitet over for byen og lokalsamfundet, som man gerne gør noget for. Borgeraktivisterne optræder således hverken primært som privatpersoner eller verdensborgere, men som lokale medborgere.

Endelig skiller de deltagende borgere sig selv ud fra byens 'almindelige' borgere. Det sker dels ved at betone samværet blandt de særligt aktive og dels ved at se sig selv i en formidlerrolle mellem Energibyen og de øvrige borgere i kommunen. Borgeraktivisterne taler således også om borgerne i tredje person som nogle, der skal inddrages og kommunikeres til, samtidig med at de som borgere bringer egne erfaringer til torvs. Det er en medierende rolle med et vist potentiale, og det understreger tillige vigtigheden af at være opmærksom på, hvem man egentlig får i tale i forbindelse, når 'borgerne' forsøges inddraget.

## Referencer

- Agger, A. & Hoffmann, B., 2008. *Borgerne på banen*, Velfærdsministeriet.
- Cottle, S., 2009. *Global Crisis Reporting. Journalism in the Global Age*, Maidenhead: Open University Press.
- Doyle, J., 2011. *Mediating Climate Change*, Farnham: Ashgate.
- Douglas, M., 1996. *Thought Styles: Critical Essays on Good Taste*, London: Sage.
- Eide, E., Kunelius, R. & Kumpu, V. (eds.), 2010. *Global Climate – Local Journalisms. A Translational Study of How the Media Makes Sense of Climate Summits*, Bochum/Freiburg: Projektverlag.
- Giddens, A., 2009. *The Politics of Climate Change*, Cambridge: Polity Press.
- Hajer, M. A., 1995. *The Politics of Environmental Discourse. Ecological Modernization and the Policy Process*, Oxford, Clarendon Press.
- Hansen, K. M., 2010. *Et studie af borgerinddragelsen i regioner og kommuner*, Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Holm, J., 2007. Eksperimenter i lokalsamfundets miljøomstilling – 12 års lokal agenda 21-arbejde i Danmark. In: Holm, J., Kjerulf Petersen, L., Læssøe, J., Remmen, A., Hansen, C.J. (eds.) *Økolo-*



Deltagende borgere i Energibyen Frederikshavn  
Anders Horsbøl og Lisbeth Eeg

*gisk modernisering på dansk. Brud og bevægelser i miljøindsatsen*, København: Frydenlund.

Hulme, M., 2009. *Why we disagree about climate change: Understanding, controversy, and opportunity*, Cambridge: Cambridge University Press.

Kemp, P. & Nielsen, L. W., 2009. *Klimabevidsthedens barrierer*, København: Tiderne Skifter.

Læssøe, J., 2007. Folkeoplysning om bæredygtig udvikling – en historie om afradikalisering og bagvedliggende uklarheder. In: Holm, J., Kjerulf Petersen, L., Læssøe, J., Remmen, A., Hansen, C.J. (eds.) *Økologisk modernisering på dansk. Brud og bevægelser i miljøindsatsen*, København: Frydenlund.

Tortzen, A. 2008. *Borgerinddragelse. Demokrati i øjenhøjde*, København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag.

## Værdibaseret forbrug – et paraplybegreb

**Tove A. Rasmussen**

*er lektor MSK ved Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet. Hun forsker i forbrug, oplevelser og identitetsdannelse i sociale medier samt reality tv.*

**Maria Majdall**

*er cand. mag. i Kommunikation fra Aalborg Universitet 2011. Hun arbejder hos KMD A/S som document manager og projektmedarbejder med ansvar for kommunikation.*

Såvel i den offentlige debat som i forskningsmæssig sammenhæng bruges en række forskellige termer for hensynstagende forbrug, der omfatter både hensyn til *det andet* i form af natur, miljø samt dyr og hensynet til *de andre* i form af mennesker. Det være sig økologisk, politisk og bæredygtigt forbrug med flere. Artiklen undersøger disse begreber i forskningslitteraturen, forholder definitionerne til hinanden og peger på forskelle og ligheder. Formålet med artiklen er for det første at undersøge, om de forskellige begreber er prægnante i forhold til fænomenet og for det andet at foreslå et paraplybegreb, der kan rumme de forskellige former for hensynstagende forbrug. Vi argumenterer således for, at begrebet værdibaseret forbrug meningsfuldt kan rumme de eksisterende begreber og samtidig åbne for jævnføring med andre ikke så ”politisk korrekte” former for forbrug.

### Indledning

Traditionelt har den adfærdsorienterede forbrugerforskning primært beskæftiget sig med adfærden i selve købsituationen og forbrugers forskellige rationaler for købet, mens marketing arbejder med strategi til påvirkning af forbrugers købsbeslutning. Da vi anser

det hensynstagende og værdibaserede forbrug for at være både komplekse, ambivalente og meningsfulde hverdagslige handlinger, er det imidlertid den udvidede forbrugs- og forbrugerteori i form af Consumer Culture Theory (CCT), som teoretisk set er mest dækkende for vores formål (Arnould og Thompson, 2007). Forskningen i værdibaseret forbrug er overvejende præget af teorier om købsadfærd og rationelle modeller for beslutningstagen om end sociologiske og diskurs/praksisanalytiske studier er på vej frem (Caruna, 2007; Halkier, 2010; McEachern og Carrigan, 2012).

Når de samfundsvidenskabelige og kritiske tilgange formulerer deres kritik over for de markedsorienterede tilgange, sker det ofte på baggrund af analyser af forbrugers oplevelse af ambivalens og usikkerhed i de daglige forbrugshandlingers kontekstuelle praksisnærhed (Halkier, 2010; Connolly, 2008; Markkula og Moisander, 2011). Det værdibaserede forbrug er indvævet i en række andre hverdagslige handlinger, og det får sin betydning gennem en bred diskursiv formation, som i princippet rummer hele forbrugssamfundets virkemåder. Der er en lang række begreber og rationaler i spil i forhold til forbrugsformer, hvor forbrugeren tager hensyn til *andre* end sig selv, sin nærmeste familie og sine umiddelbare behov. Når artiklen vil afdække forskelle og ligheder mellem de forskellige definitioner og forsøger at opstille et dækkende paraplybegreb, skyldes det for det første, at uklarheden skaber forvirring for både forskning og offentlighed og for det andet, at specielt klimaproblemerne har skabt en øget kompleksitet i det hensynstagende forbrug. Disse forhold gør, at vi er nødt til at skærpe forståelsen af forbrugsformerne for både at kunne teoretisere og kunne agere praktisk som producenter, markedsførere og forbrugere.

Samtidig er det vigtigt at have for øje, at der ikke findes varer, der udelukkende kan opfattes som grønne, etiske og/eller politiske i forbrugsperspektiv. Varer er, netop fordi de er varer, også altid noget andet – faktisk er de først og fremmest noget andet. Vi køber fx kaffe, fordi vi er kaffetørstige og ikke i første omgang for at hjælpe kaffebønderne (Sørensen, 2007, s. 54).

### Forbrugsformerne

Judy Rex gør i sin artikel "Getting it right – Is it Ethical, Environmental, Green or Sustainable Consumption?" opmærksom på, at der er brug for konsensus omkring, hvordan centrale begreber defineres: "As today's marketers work towards motivating and encouraging

'ethical', 'environmental', 'green', and 'sustainable' behaviors there is the need for consensus about the correct term(s) to use." (Rex, 2008, s.1). Caruana (2007, s. 288) beskriver ligeledes, at nøglebegreberne inden for feltet er blevet anvendt sidestillet uden tilstrækkelig refleksion om deres forskelle og ligheder. Markkula og Moisander redegør for, hvorledes begrebsdannelserne udgør sociokulturelle konstruktioner, og der eksisterer multiple, stadigt foranderlige og delvist modsætningsfyldte diskurser om bæredygtigt forbrug. De forskellige diskurser indgår i kampe om begreber, genstandsfeltet og subjektpositioner. "This struggle over meanings, we argue, may result in discursive confusion amongst consumers, leaving them bewildered and unclear...." (Markkula og Moisander, 2011, s. 106). Begreberne, som anvendes delvist sammenfaldende i litteraturen, er: grønt, økologisk, politisk, etisk og bæredygtigt forbrug. Begreberne lægger sig tæt op ad hinanden, og vi vil i det kommende afsnit kort præsentere hvert enkelt begrebs ophav. Efterfølgende vil vi perspektivere deres ligheder og forskelle.

Forbrugere, som især har det miljømæssige for øje, kan defineres som grønne forbrugere. Det vil sige, at forbrugeren udviser hensyn til det andet - miljøet og dyrene. Begrebet fik for alvor sit gennembrud med John Elkington og Julia Hailes' *The Green Consumer Guide* i 1988. Bogen guider forbrugeren i, hvilke produkter denne skal købe, og hvordan forbrugeren generelt skal agere i hverdagen for at være en god grøn forbruger. Elkington og Hailes definerer oprindeligt den grønne forbruger med udgangspunkt i, at vedkommende skal undgå produkter som:

- udgør en trussel mod forbrugerens og andres sundhed
- forårsager væsentlige skader på miljøet under fremstilling, brug eller som affald
- forbruger en urimelig mængde af energi under fremstilling, brug eller som affald
- skaber unødvendigt affald, enten på grund af overflødig emballage eller på grund af urimelig kort levetid
- indeholder materialer, der stammer fra truede dyrearter eller fra truede miljøer
- involverer unødvendig brug af - eller dyrplageri mod - dyr, hvad enten det gælder afprøvning af produkters giftighed eller til andre formål. (Elkington og Hailes, 1990, s.17-18)

En økologisk forbruger køber økologiske varer og produkter, som er fremstillet med minimal brug af tilsætningsstoffer og med særlig omtanke for både dyr og miljø. Formålet med økologi er at sikre og forbedre dyrevelfærden og passe på miljøet. Ø-mærket er det afgørende kendetegn for de økologiske varer i Danmark, og mærket blev godkendt af myndighederne i 1987. I forbindelse med økologisk forbrug ses både et hensyn til andre, til det andet i form af miljø og dyrevelfærd og til forbrugerens egennytte. ”Økologisk landbrug og fødevarer giver et renere miljø, bedre dyrevelfærd og sundere fødevarer” (citat fra Økologisk Landsforening, [www.Okologi.dk](http://www.Okologi.dk).)

Ifølge Connolly og Prothero (2008, s. 118) er grønt forbrug ofte et underbegreb under etisk og politisk forbrug, hvorimod økologisk forbrug ikke ses som noget særskilt. Dette fravær af det økologiske forbrug som en særlig form gør sig ofte gældende i den internationale litteratur. Der er desuden så mange sammenfald mellem grønt og økologisk forbrug, hvorfor vi vil slå disse begreber sammen til betegnelsen ”grønt/økologisk forbrug”. Vi bevarer det økologiske aspekt, fordi det fylder meget i en dansk kontekst. Vi vil derimod ikke umiddelbart rangere grønt/økologisk forbrug under etisk forbrug – mere herom senere.

Etisk forbrug blev ”kickstartet” som begreb, da det første nummer af *Ethical Consumer Magazine* ramte gaderne i marts/april 1989. Premierenummeret bød på denne bredt favnende definition: ”Etisk forbrug er kort sagt at købe ting, som er lavet etisk korrekt af virksomheder, som opfører sig etisk korrekt. Etik kan være en subjektiv betegnelse for både virksomheder og forbrugere, men i ordets sande betydning drejer det sig om ikke at skade eller udnytte mennesker, dyr og miljø. [...]” (ECRA, 1997, s. 22 citeret i Sørensen, 2005, s. 25). Ud fra ovenstående definition er der således tale om at tage hensyn til fjerne *de andre* og *det andet* og ikke et eksplicit hensyn til forbrugeren selv eller de nære andre som i forbindelse med økologisk forbrug. Den etiske forbruger vil i særlig grad være disponeret for mærket med Fair Trade.

Begrebet politisk forbrug blev præsenteret i Danmark af Institut for fremtidsforskning og Elsam i 1996. ”Det politiske forbrug kan beskrives som en adfærd, hvor der i forbrugsvalget mellem producer eller produkter lægges vægt på bevidste holdninger eller værdier, der retter sig mod fællesskabet.” (Sørensen, 2004, s. 14). I forsøget på at nå sit mål benytter den politiske forbruger sig i de tidlige år hovedsagelig af fravalg i form af boycott af bestemte pro-

dukter, producenter eller lande. Dette er fx set ved boycott af franske vine, da Frankrig genoptog deres atomprøvesprængninger eller ved boycott af Shell, da de i 1995 dumpede en olielagertank i Atlanterhavet. Den modsatte handling er at købe varer til, hvilket i dag er meget udbredt og benævnes buycott (Jacobsen og Dulrud 2007, s. 470). Både boycott og buycott benyttes af alle de værdibaserede forbrugsformer i dag.

Bæredygtighed skal i den oprindelige forståelse sikre de bedst mulige betingelser for mennesker og miljø både nu og i fremtiden. Brundtlandrapporten 'Our Common Future' (1987) understreger nødvendigheden af en bæredygtig adfærd for at opfylde de nuværende generationers behov uden at skade fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov. I en oversigtsartikel hos *International Journal of Consumer Studies* temanummer omhandlende "Sustainable Consumption" pointerer Peattie og Collins (2009), at bæredygtighed i dag nærmest er umuligt at definere, idet begrebet er blevet taget til indtægt for mange forskellige tolkninger og definitioner, hvoraf nogen er modstridende. Det ser vi i Danmark med fx landbrugsforeningen Bæredygtigt Landbrug, som omfatter det konventionelle landbrug, hvor det bæredygtige hovedsageligt kan tolkes som den forretningsmæssige bæredygtighed. De bæredygtige forbrugere kan ideelt set defineres som forbrugere, der handler ud fra princippet om at "redde verden", hvor hensynstagenet er rettet mod *de* (nuværende og kommende) *andre*. For at dette bliver muligt, fordrer det et hensyn til *det andet* i form af miljø og dyr.

### Ligheder og forskelle

Helt grundlæggende er forbrugertyperne ens på ét centralt punkt: de er hver især centreret omkring hovedmotiver, der er større end individet selv. Forbrugerens to vigtigste redskaber til at efterfølge sine motiver og opnå sine mål er til- og fravalg af bestemte varer og ydelser. Implicit i dette til- og fravalg og fokuset på forbrugere hovedmotiver ligger et krav om, at forbrugeren skal være *bevidst* og dermed refleksiv om, hvorfor han handler, som han gør (Sørensen, 2004, s.14). En forbruger, der ubevidst på grund af en uvis vane hiver en miljøvenlig vare ned fra hylden, kan altså ikke umiddelbart betragtes som hensynstagende forbruger. Motivet kan således siges at være den bagvedliggende bevidste intention, der fører til en given handling. Set i lyset af forbrugets kompleksitet i hverdagen må disse betragtninger om intentionalitet samtidig ses

nuanceret i forhold til konteksten, som vi fx ser det hos Jacobsen og Dulsrud, der pointerer: "Ethical-political virtues often have to be compromised against other obligations and highly legitimate concerns, framing the actual options available for choice" (Jacobsen og Dulsrud, 2007, s. 477). Når værdibaserede varer er signifikant dyrere end konventionelle varer vil der være en række praktisk og økonomiske rationaliteter, som sætter det dyrere køb i relief. Der kan ligefrem fremkomme en modsætning mellem den "højere" etik i at tage hensyn til de fjerne andre/det andet og det nære moralske hensyn til ens egen familie.

Nedenstående skema opridser de forskelle og ligheder mellem de forskellige forbrugsformer, som vi har lokaliseret indtil videre.

	Grønt forbrug	Etisk forbrug	Politisk forbrug	Bæredygtigt forbrug
Overordnet hovedmotiv	At forbruge under hensynstagen til andre og/eller andet ved bevidst at undgå varer eller produkter, der kan have negative indvirkninger på miljøet, gøre skade på andre mennesker eller dyr og/eller tilvælge de, der har en positiv eller neutral effekt			
<b>Eksplícitte formål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrænse negative indvirkninger på miljø</li> <li>• Begrænse mishandling af dyr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrænse skade på mennesker</li> <li>• Begrænse negative indvirkninger på miljø</li> <li>• Begrænse mishandling af dyr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrænse skader på mennesker</li> <li>• Begrænse negative indvirkninger på miljø</li> <li>• Begrænse mishandling af dyr</li> <li>• Fremme et politisk mål</li> <li>• Gøre noget godt for kollektivet</li> <li>• Påvirke andre aktørers handlemåde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrænse skader på mennesker</li> <li>• Begrænse negative indvirkninger på miljø</li> <li>• Begrænse mishandling af dyr</li> </ul>
<b>Implicitte formål</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrænse skade på mennesker</li> <li>• Gøre noget godt for kollektivet</li> <li>• Påvirke andre aktørers handlemåde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gøre noget godt for kollektivet</li> <li>• Påvirke andre aktørers handlemåder</li> </ul>		•"Redde verden"
<b>Hensyn</b>	Miljø og dyr prioriteres fremfor mennesker.	Prioriteres ikke. Prioriteringen overlades til forbrugeren.	Prioriteres ikke. Prioriteringen overlades til forbrugeren.	Prioriteres ikke. Prioriteringen overlades til forbrugeren. Mennesker prioriteres i den traditionelle definition



Selv om det på nuværende tidspunkt fremstår lidt mere tydeligt, hvad forbrugstyperne dækker over, mangler vi fortsat at svare på spørgsmålet, om de forholdsvis små forskelle overhovedet berettiger begrebernes eksistens og brug i litteraturen? For at besvare dette har vi igen brug for at tage udgangspunkt i hovedmotiverne.

Som vi tidligere har slået fast er politisk forbrug unikt i forhold til både grønt/økologisk, etisk og bæredygtigt forbrug, fordi dets eksplícitte hovedmotiv er at fremme et politisk mål. Men hvordan står det så til med grønt/økologisk, etisk og bæredygtigt forbrug – er disse begreber signifikante og dermed berettigede hver især? Vi ser, at etiske forbrugere har mere vidtrækkende bekymringer end grønne/økologiske forbrugere, som primært interesserer sig for *det andet* og ikke for *de andre*. Grønne og økologiske forbrugere er således optagede af miljøproblemer, der kan løses på et socialt og ofte lokalt plan, mens etiske forbrugere handler med rod i flere og mere vidtrækkende problemer – herunder fx arbejdsforhold i 3. verden.

For bæredygtigt forbrug gælder, at begrebet har udviklet sig til at være meget omfattende – så omfattende, at det potentielt kunne rumme alle de øvrige begreber i sig. Der kan lokaliseres følgende tre tilgange til bæredygtighed (Peattie og Collins, 2009, s.112):

- Status Quo, hvor nuværende forbrugsmønstre opretholdes ved hjælp af fx energirigtig teknologi – fx hybrid-biler
- Reformtiltag, som finder nye og signifikante produkter og ydelser – fx omlægning fra privatbil-trafik til kollektiv trafik
- Transformation, hvor nye samfundsformationer og infrastrukturer skabes – fx i form af byer med minimal afstand mellem arbejde og hjem
- (Og parentetisk som vor egen tilføjelse: bæredygtig økonomi)

Problemet med begrebet bæredygtighed er altså, at det er blevet meget bredt og samtidig betydningsmæssigt "forurennet" af sin forskelligartede anvendelse, som vi så det med foreningen Bæredygtigt Landbrug. Når det konventionelle landbrug tilskriver sig bæredygtighed, låner man af begrebets positive værdiladning og drejer det samtidig over mod det økonomiske aspekt. Derved bliver begrebet undermineret og på sigt ikke-prægnant for det fænomen, som oprindeligt var givet i Brundtland rapporten.

Med udgangspunkt i ovenstående mener vi således foreløbigt at kunne konkludere, at de eksisterende begreber om forbrugstyperne

har deres berettigelse i litteraturen, da de rent faktisk adskiller sig på nogle essentielle - omend ikke for det blotte øje helt gennemskuelige punkter:

- Grønt/økologisk forbrug er primært orienteret med hensyn til *det andet* – miljø og dyr
- Etisk forbrug vedrører primært hensynet til *andre* mennesker her og nu, men også miljø og dyr er vigtigt
- Bæredygtigt forbrug er i sin oprindelse mest vidtrækkende, idet hensynet vedrører kommende generationer og dermed omfatter *de andre (os selv)* og *det andet* på lang sigt. Begrebet er meget bredt anvendt, betydningsmæssigt forurenede og potentielt ikke prægnant i fremtiden
- Politisk forbrug forsøger eksplicit at påvirke andre aktørers handlemåde med formålet om at fremme et politisk mål

### Værdibaseret forbrug

Begrebet værdibaseret forbrug forsøger at samle de forskellige former for moderne hensynstagende forbrugeradfærd under én paraply. Begrebet vil omfatte alle ovenfor behandlede typer af forbrugshandlinger, hvor forbrugeren ud over hensynet til sig selv handler med hensynstagen til de andre og/eller det andet. Andre forsøg på at indramme de hensynstagende forbrugsformer er fx moralsk forbrug (Caruna, 2007), ansvarligt forbrug, (Nil Ozcaglar-Toulouse, 2007) og alturistisk forbrug (Lipovetsky, 2005). Værdibaseret forbrug handler ikke kun om aktuel såkaldt "politisk korrekt" adfærd; det omfatter fx også visse typer af religiøst orienteret forbrug i fx buddisme samt nationale værdier, som når fx kampagnerne Køb Dansk eller "patriotisk shopping" (Soper, 2008) i krisetider advokerer for samling om køb af nationale produkter. Forståelsen af værdibaseret forbrug omfatter ikke umiddelbart brand-værdier, som i øvrigt er godt dækket af begreber inden for fx symbolsk forbrugsteori og CCT. Det skal tilføjes, at symbolsk forbrug selvfølgelig indbefatter værdier og kulturel mening om fx "det gode liv" (Caruna, 2007, s. 290), men disse værdier tager ikke sigte på hensyn til andre/det andet.

Når fx børnefamilier køber økologisk af hensyn til egen og egne børns sundhed, er det en forbrugsform, som ligger i en gråzone i forhold til forståelsen af værdibaseret forbrug: Hensynet til de andre er begrænset til de nære andre, som familien udgør. Denne problematik er et tilbagevendende diskussionspunkt i forhold til

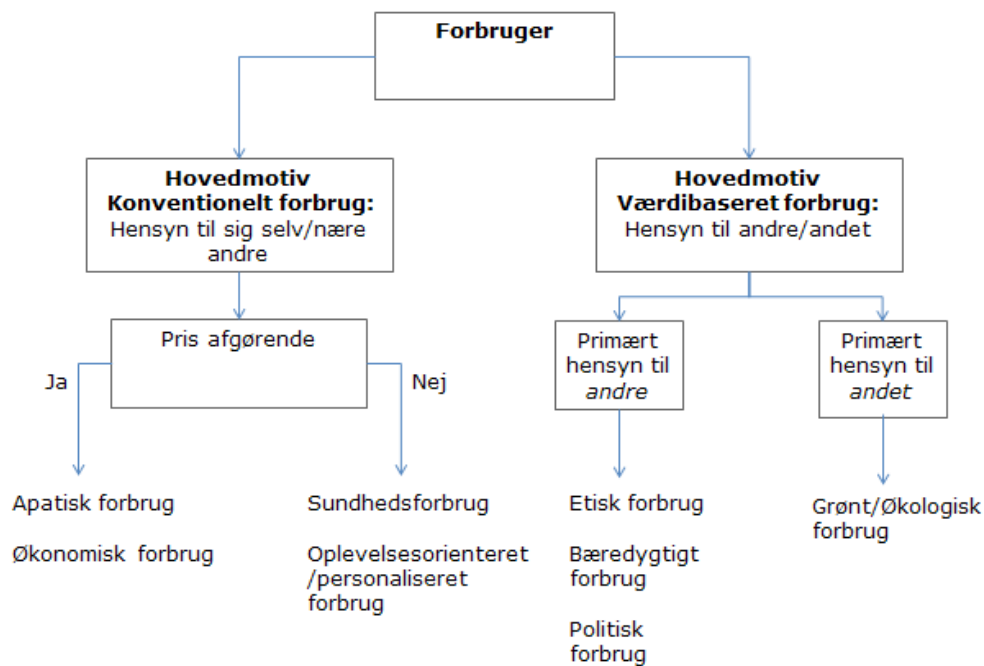
økologisk forbrug, hvor værdier vedrørende sundhed kvantitativt set overgår værdier vedrørende miljø og dyrevelfærd i en dansk kontekst (Beckmann, 2001). Sundhed kan være relevant i forbindelse med værdibaseret forbrug, når sundhedsværdierne vedrører de andre i form af fx hensyn til befolkningens velbefindende. Samfundsmæssigt er sundhedsværdierne imidlertid knyttet stærkt til problemstillinger om velfærdssamfundets økonomiske ressourcer, men der findes potentielt et hensynstagende element, som kan omfatte hensynet til de andre på sigt. Det vil være op til analyse af konkrete forbrugsformer og værditilknytninger at bestemme et evt. værdibaseret sundhedsforbrug.

Anledningen til at bringe et samlende begreb som værdibaseret forbrug i spil i relation til det hensynstagende forbrug er således, at det vil kunne bringe teoretisk og begrebsmæssigt klarhed, hvis forbrugsformen kan kategoriseres med én term, og hvor der måtte være mindre forskelle, kan det angives som forskelle i underkategorier. Det vil således være hensigtsmæssigt at have et underbegreb, som klart rummer hensynet til *de andre* (etisk forbrug), et underbegreb der rummer hensynet til *det andet* (grønt/økologisk forbrug), et begreb som potentielt rummer begge dele (bæredygtigt forbrug) samt et udvidet begreb om politisk forbrug, som knytter an til fx borgerskabstanken (Micheletti og Stolle, 2012) og menneskerettigheder på globalt plan.

Forholdet mellem shopping og politik ses i den mest udfoldede aktuelle udgave af politisk forbrug som en forbrugs-politik, der handler om at indvirke på den globale markedskapitalisme og menneskerettighederne i spillet mellem nord og syd (Micheletti og Follesdal, 2007). Begrebet "Political Consumerism" har et stærkt fokus på de andre; og meget eksplicit her forstået som *de fjerne andre*. På sigt kan det udvidede begreb om politisk forbrug muligvis indoptage både det betydningsmæssigt svækkede begreb om bæredygtighed og begrebet om etisk forbrug.

Vi forsøger med nedenstående figur at illustrere de hensynstagende forbrugstypers relation samt deres placering i forhold til andre typer:

- den økonomiske shopper
- den personaliserende shopper
- og den "apatisk" shopper (Hewer og Campbell, 1997 citeret i Falk og Campbell, 1997, s. 87).



Den første type går udelukkende efter pris og kvalitet, den personliserende shopper går primært efter oplevelsesværdier, mens den apatiske forbruger handler ud fra praktisk nødvendighed. Hewer og Campbells fjerde type er den etiske shopper, som agerer på baggrund af moralske overvejelser – denne type dækker på et generelt plan vores samlende begreb om det værdibaserede hensynstagen- de forbrug. Typerne hos Hewer og Campbell er baseret på Gregory P. Stones klassiske sociologiske studie af over 100 kvinders forbrugsmønstre.

### Afsluttende bemærkninger

Med udgangspunkt i ovenstående mener vi at kunne argumentere for, at de forskellige forbrugstyper er prægnante i forhold til fæno- menet, da de rent faktisk adskiller sig på nogle essentielle omend ikke helt tydelige punkter. Derudover tilbyder værdibaseret forbrug et paraplybegreb, der gør det muligt at kategorisere alle forbrugere, som bevidst forbruger ud fra et specifikt hensynstagen til andre og/ eller andet end sig selv og sine nærmeste. Herunder kan der arbej- des med forbrugsformer, som ikke er ”politisk korrekte”. Den tradi- tionelle positive værdiladning i alle de behandlede begreber kan ses som et validitetsmæssigt problem for forskningen, hvis ambiva-

lenser og kritik eller ignoreres af politiske grunde. Der har netop i de seneste år været rejst kritiske røster, som peger på, at politikerne overlader for meget af ansvaret for miljø og klima til forvirrede og ambivalente forbrugere (Makkula og Moisander, 2011, Jacobsen og Dalsrud, 2007).

Ydermere foreslås en opdeling i generelle og mere specifikke begreber om hensynstagende forbrugsformer, da det er nødvendigt i forhold til at begribe den kompleksitet og ambivalens i det værdimæssige forbrug, som er fremprovokeret af blandt andet klimakrisen. Specielt de klassiske grønne/økologiske værdier om miljø og dyrevelfærd kommer under pres fra hensyn til både fremtidens natur og mennesker, hvor transport og energi i det hele taget udgør et stort klimamæssigt problem. Det økologiske valg er fx ikke altid det rigtige valg set i forhold til det fysiske miljø på langt sigt, og her kan fx hensynet til den nære natur blive fravalgt i den konkrete situation. Det gælder fx et valg mellem at købe økologiske tomater fra Spanien eller konventionelle tomater fra Danmark, hvor CO<sub>2</sub> regnskabet for transporten kan veje tungere end hensyn til det lokale miljø.

Det er dog også vigtigt at understrege, at der altid er en principiel selvopretholdende eller "egoistisk" dimension i alle typer af forbrug, idet alle typer af forbrug har en motivation, der vedrører et behov hos forbrugeren – hvad enten dette udspringer af nødvendighed som fx, at der skal mad på bordet eller af livsstilmæssige eller oplevelsesmæssige (selv)realiseringer. Det værdibaserede forbrug ser vi derfor som menings- og identitetsskabende handlinger i den hverdagslige livssituation, hvor stigende kompleksitet medfører nye former for betydninger og ambivalenser i den daglige "forbrugsjungle".

## Referencer

- Arnould, E. og C. Thompson, 2007. Consumer Culture Theory (and we really mean theoretics), *Research in Consumer Behavior*, 11, s. 3-22.
- Beckmann, S. et al., 2001. *Danske forbrugere og økologiske fødevarer*, Handelshøjskolens Forlag: København.
- Broström, M., og M. Klintman, 2009. The green political food consumer – a critical analysis of the research and policies, *Anthropology of food*, s. 5.
- Caruna, R., 2007. A sociological perspective of consumption morality, *Journal of Consumer Behavior*, 6, s. 287-304.
- Connolly, J. og A. Prothero, 2008. Green Consumption: Life-politics, risk and contradictions, *Journal of Consumer Culture*, 8 (117), s. 117-145.

- Elkington, J. og Hailes, J., 1988. *The Green Consumer Guide*. Victor Gollancz: London.
- Halkier, B., 2010. *Consumption Challenges – Food in Medialised Everyday Lives*. VT: Ashgate, Burlington.
- Hewer, P. og C. Campbell, 1997. Appendix – research on shopping - a brief history and selected literature. I: P. Falk og C. Campbell, eds. *The Shopping Experience*. Sage: London.
- Internationalt Center for Forskning i Økologisk Jordbrug og Fødevarer, 2001. *Økologiske fødevarer og menneskets sundhed*. [pdf] Tjele: Forskningscenter for Økologisk Jordbrug: Available at: [http://www.icrofs.dk/Sider/Publikationer/pdf/vidensynteser/Fodevarer\\_sundhed\\_Rap\\_14.pdf](http://www.icrofs.dk/Sider/Publikationer/pdf/vidensynteser/Fodevarer_sundhed_Rap_14.pdf) [Accessed 16 juli 2012].
- Jacobsen, E. og A. Dalsrud, 2007. Will consumers save the world? The framing of political consumerism, *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 20, s. 469-482.
- Lipovetsky, G., 2005. *Hypermodern Times*. Polity Press: Cambridge.
- McEachern, M. G. og M. Carrigan, 2012. Revisiting contemporary issues in green/ethical marketing: An introduction to the special issue, *Journal of Marketing Management*, 28:3-4, s. 189-194.
- Markkula, A., og J. Moisander, 2012. Discursive Confusion over Sustainable Consumption: A Discursive Perspective on the Perplexity of Marketplace Knowledge, *Journal of Consumer Policy*, 35, s. 105-125.
- Micheletti, M., og A. Follesdal, 2007. Shopping for Human Rights. An Introduction to the Special Issue, *Journal of Consumer Policy*, 30, s. 167-175.
- Micheletti, M., og D. Stolle, 2012. Sustainable Citizenship and the New Politics of Consumption, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644, s. 88-120.
- Ozcaglar-Toulouse, N., 2007. Living for “ethics: Responsible consumption in everyday life, *Research in Consumer Behavior*, 11, s. 421-435.
- Peattie, K. og Collins, A., 2009. Guest editorial: Perspectives on Sustainable Consumption, *International Journal of Consumer Studies*, 33, s.107-112.
- Rex, Judy, 2008. Getting it right – Is it Ethical, Environmental, Green or Sustainable Consumption? In: ANZMAC (Australian & New Zealand Marketing Academy Conference), *Shifting focus from the mainstream to the offbeat*. Sydney, 1-3 December 2008.
- Soper, K., 2008. Alternative Hedonism, Cultural Theory and the Role of Aesthetic Revisioning, *Cultural Studies*, 22, s. 567-587.

Værdibaseret forbrug – et paraplybegreb  
Tove A. Rasmussen og Maria Majdall

Sørensen, M.P., 2004. *Den politiske forbruger i det liberale samfund*. Hans Reitzels forlag: København.

The World Commission on Environment and Development, 1987. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (A/42/427)*, Oxford University Press: Oxford.



## Kultur der duer

Teoretiske refleksioner over kulturformidling i spændet mellem værdi, dannelse og nydelse

### **Tem Frank Andersen**

*studielektor PhD, har forsket i kultur, innovation og værdi bl.a. Andersen (2008). Nordjyske Kreative Alliancer - hvidbog om muligheder og udfordringer ved at smede alliancer mellem virksomheder og kunstnere. ApEx Analyse #2 og Jensen & Andersen (2012). Kreativitet på innovationsarbejde. Kreativ interaktion i skandinavisk perspektiv. Aalborg Universitetsforlag (in progress).*

### **Sisse Heide Møller**

*Cand. mag. i kommunikation, speciale i kulturformidling.*

### **Indgang**

Humanioras bidrag til samfundsøkonomien har de seneste årtier fokuseret på, hvordan kommunikation bidrager til ændring i den værdi, som tilskrives varer, artefakter og immaterielle ydelser. Det humanistiske perspektiv har gennem teori om æstetik, om betydningsdannelse og ikke mindst om formens betydning bidraget til en forståelse af nogle centrale mekanismer *i formen* og *i formidlingen*. Denne artikel bidrager til den fortsatte indkredsning og nuancering af det teoretiske grundlag for at kunne forstå, hvordan kulturelle former tilskrives værdi, og hvordan denne proces *i sig selv* har værdi i en oplevelsesøkonomi. Artiklens teoretiske analyse henter sine pointer fra Sisse Heide Møllers speciale om kulturformidling på ARoS. Overordnet set er det artiklens pointe, at det er nødvendigt at tænke tværvideenskabeligt, for derigennem at kunne opnå en sammenhængende forståelse af et komplekst og forskelligartet teoriunivers. Det er artiklens antagelse, at en æstetisk kulturforståelse er nødt til at integrere markedsforståelse og ikke mindst nydelse som dimensioner, for bedre at kunne forklare, hvad kultur indebærer, og hvad det vil sige at være kultur(for)bruger, hvorfor

dannelse ikke kan være nogen entydig værdi af kulturformidling, og hvorfor nydelse må ses som et nyt parameter for at forstå denne værdi. Præmissen for artiklen er, at kulturformidling er en form for strategisk markedskommunikation, hvor fokus er på oplevelse i første række. Artiklen tager afsæt i et teoretiske spændingsfelt mellem Pierre Bourdieus kultursociologi og Joseph Pine & James Gilmores teori om oplevelsesøkonomi, og suppleres med den danske professor Christian Jantzens bidrag omkring nydelse og forbrugerens aktive rolle i oplevelsesprocessen (Jantzen & Rasmussen, 2007, Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011). Artiklens påstår, at disse tilgange er fundamentalt forskellige, og at denne forskel kan bidrage til at stille nye spørgsmål til en kulturformidling, der ikke kun er kalibreret til en institutionsvirkelighed.

### **Kultur som anledning**

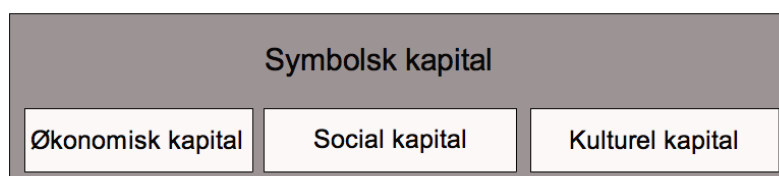
Kultur beskrives som et hyperkomplekst begreb (Nielsen, 1993, Jantzen, 1996). Der findes forskellige måder at angribe denne hyperkompleksitet på. En af disse måder er at introducere en æstetisk og en antropologisk skelnen (Drotner et al., 1996, p. 75). Det æstetiske kulturbegreb forbinder primært kultur med kunst, hvorimod det antropologiske kulturbegreb beskæftiger sig med bredere samfundsforhold, hvor kultur for eksempel kan være den praksis, der binder mennesker sammen, uanset om konteksten er nationen eller organisationen. Den æstetiske tilgang hjælper os til at forstå, at kultur skaber forskelle (også hierarkiske), og at der findes universelle kriterier for at vurdere, hvad der er kultur og dermed også hvad der ikke er kultur. Den antropologiske hjælper os til at forstå, hvordan kultur skabes mellem mennesker, og hvordan den er knyttet til social praksis (Ibid.).

### **Kultur som kapital og felt-som-relation**

Hos Pierre Bourdieu finder vi en række centrale begreber, der stadig har forklaringsværdi, når målet er at forstå, hvad kultur er, hvordan kultur fungerer i samfundet, og ikke mindst hvordan kultur er helt centralt for samfundets produktion af værdi (Bourdieu, 1991, 1993, 2005, 2007, 2010). For Bourdieu er kultur på den ene side et særligt felt i samfundet, som gennem praksis reproducerer et særligt distinktionsmønster: Hvorfor går nogle mennesker eksempelvis i teatret, og hvorfor vælger andre i stedet at gå i biografen? På den anden side er kultur samtidig noget efterstræbelsesværdigt, og er

ud fra Bourdieus kritiske kapitalforståelse, noget man kan have enten mere eller mindre af. Kultur er for Bourdieu knyttet til en særlig form for viden og kompetence til at kunne påskønne "værker" eller kulturelle produkter.

Begrebet *felt* dækker over et socialt fællesskab, der defineres kollektivt (Bourdieu, 2007, p. 15). Grænserne for et felt bestemmes ikke ovenfra, men defineres relationelt af feltets medlemmer, hvorfor de er dynamiske og kan ændres over tid. Samfundet består af mange felter, der varierer i størrelse. Ikke alle felter er klart adskilte, og de fleste mennesker vil være en del af flere felter (Bourdieu, 2010, p. 223). Et felt afhænger af dets medlemmer, hvorfor feltets struktur og medlemmernes indbyrdes magtforhold er forskellige fra felt til felt. Positionerne og positioneringerne inden for et feltet er med til at bestemme, at der er et felt. Hvis der ikke var en konflikt eller kamp om magten indenfor feltet, ville feltet ikke eksistere (Bourdieu, 1993, p. 34). Felter handler altså om magt og fordelingen af symbolsk kapital. Symbolsk kapital er den ikke-materielle værdi et menneske besidder. Hvad den symbolske kapital består i, afhænger af situationen og de involverede. Den symbolske kapital – eller symbolske magt – er netop symbolsk, hvorfor den kan være svær at bestemme (Bourdieu, 1991, p. 164). Bourdieu skelner mellem tre former for symbolsk kapital: Økonomisk, social og kulturel.



Figur 1: Symbolsk kapital, egen model

Den økonomiske kapital handler om, hvordan man fremviser størrelse på ens formue. Den afhænger således af, hvordan andre opfatter ens formue, hvorfor Bourdieu kalder det en form for *kreditværdighed* (Bourdieu, 2005, p. 292). Værdien af den økonomiske kapital afhænger af hvilket felt, man befinder sig indenfor. Den sociale kapital afhænger af ens sociale relationer og alliancer, og om hvordan disse kan tilføre én symbolsk kapital (Bourdieu, 2005, p. 286). Den afhænger ikke kun af, hvor mange mennesker man kender, men også om hvem man kender. Hvilke relationer der medfører høj social kapital, afhænger af feltet. Den kulturelle kapital af-

hænger af ens viden om, erfaring med og smag i forhold til kultur. Kulturforbrug siger altså noget om smag, hvilket ifølge Bourdieu afslører, hvilken klasse man tilhører (Bourdieu, 2010, p. 49). Ifølge Bourdieu hænger den kulturelle kapital og uddannelsesniveau sammen (Bourdieu, 2010, p. xxiv), hvorfor den kulturelle kapital vil have større symbolsk værdi blandt højtuddannede.

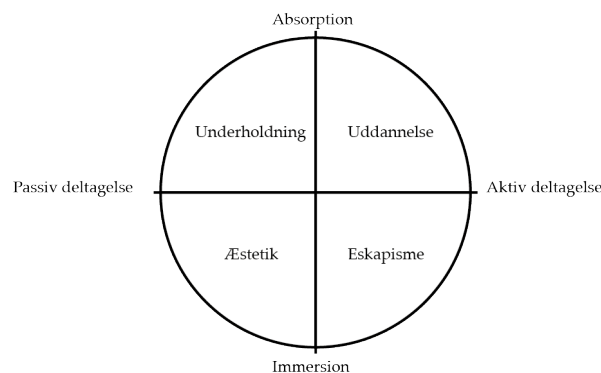
Habitus er et dispositionssystem og fungerer som strukturerende strukturer (Bourdieu, 2007, p. 92). Det vil sige, at habitus er en ramme eller en rettesnor for alle ens handlinger. Det er habitus der gør, at man forsøger at agere inden for rammerne af det normale (Bourdieu, 2007, p. 96). Alle mennesker har en habitus, også selv om man ikke er bevidst om den. Habitus skabes ud fra ens erfaringer, da den er et produkt af ens fortid og er ens inkorporerede historie (Bourdieu, 2007, p. 96). Habitus grundlægges i den tidlige barndom, hvorfor opdragelse er en vigtig faktor (Bourdieu, 2005, p. 222). Habitus afhænger ydermere af alle de mennesker, man har mødt, de ting man har oplevet, de valg man har truffet, da alle disse ting – bevidst eller ubevidst – har sat et spor. Alle de ting man tager for givet og alle de grundlæggende holdninger man har, afhænger således af habitus.

Mennesker har forskellige positioner inden for felter, har forskellige mængder symbolsk kapital og har forskellige habitus. Der er altså forhold, der adskiller mennesker, hvorfor det ifølge Bourdieu er muligt at opdele mennesker i forskellige klasser samt undersøge, hvori forskellene mellem disse klasser består. Mennesker adskiller sig hinanden på baggrund af deres kulturelle kapital, da denne ikke kun medfører magt, men også fungerer som en *distinktionsmekanisme*. Der er forskel på, hvilken kultur forskellige klasser foretrækker, hvorfor kulturforbrug er med til at signalere et tilhørsforhold. Den kulturelle kapital bliver her kædet sammen med kulturelle præferencer – vores *smag* i forbindelse med kultur. Netop smag er ifølge Bourdieu en vigtig distinktionsmekanisme, da smag klassificerer (Bourdieu, 2012, p. 170). Æstetisk sans er også en form for smag, og i særlig grad en smag der afhænger af ydre forhold. Dette skyldes, at æstetik ikke handler om praktiske forhold, og man derfor vil være mere tilbøjelig til at bekymre sig om tings skønhed, hvis man ikke samtidig skal bekymre sig om økonomiske forhold (Bourdieu, 2010, p. 46). Den æstetiske sans er i særlig grad en distinktionsmekanisme, da en stærk æstetisk sans er et udtryk for, at man har en privilegeret position i det sociale rum (Bourdieu, 2010, p. 49).

### Kultur som oplevelsesøkonomi og teater-som-model

Bourdieu er blevet kanoniseret for sin forståelse af, hvad der på den ene side får et samfund til at hænge sammen, og hvad på den anden side er med til at producere forskelle. Bourdieu er ikke kendt for sin teori om økonomi, eller om kulturøkonomi på trods af hans elaborerede brug af kapitalbegrebet. Begrebet oplevelsesøkonomi blev introduceret af Joseph Pine og James Gilmore i bogen *The Experience Economy* (1999). Ifølge Pine og Gilmore er oplevelsesøkonomien den fjerde økonomi i rækken, efter landbrugs-, industri- og serviceøkonomien (Pine & Gilmore, 1999, p. 6). Pine og Gilmore er overbeviste om, at serviceøkonomien vil blive afløst af oplevelsesøkonomien, hvor hverken gode produkter eller god service vil være tilstrækkeligt for at skabe omsætning (Pine & Gilmore, 1999, p. 11). Pine og Gilmore opfatter altså oplevelsesøkonomien som en fase i historien, og kommer også med et bud på, hvad den næste fase vil være; transformationsøkonomien (Pine & Gilmore, 1999, p. 165). Når Pine og Gilmore ikke taler om oplevelsesdesign eller oplevelseskommunikation, men oplevelsesøkonomi skyldes det, at de beskæftiger sig med hvordan virksomheder kan kapitalisere oplevelser, eller hvordan oplevelser kan tænkes ind i det markeds-mæssige leverancesystem.

For Pine og Gilmore er den 'gode' oplevelse en oplevelse, der involverer kunden i oplevelsen, både for at skabe en emotionel og biografisk forskel. Oplevelser skal altså gøre et indtryk, både under og efter selve oplevelsen (Pine & Gilmore, 1999, p. 13). For at undersøge oplevelser og hvordan de bedst tilrettelægges, opstiller Pine og Gilmore en model de kalder 'The Experience Realms' (Pine & Gilmore, 1999, p. 30):



Figur 2: The Experience Realms, egen udgave

Modellen beskriver på den horisontale og vertikale akse folks engagement i en oplevelse. De to akser danner grundlag for at inddele oplevelser i fire kategorier: Underholdning, uddannelse, æstetik og eskapisme. De fire kategorier er dog ikke fuldstændig adskilte, og Pine og Gilmore understreger, at det kan være en fordel at kombinere dem (Pine & Gilmore, 1999, p. 39). Den hvide cirkel i midten repræsenterer 'the sweet spot', der er den ideelle oplevelse, og som indeholder elementer fra alle fire kategorier (Pine & Gilmore, 1999, p. 39). Modellen er dog ikke det eneste hjælpemiddel til at bestemme kvaliteten af en oplevelse. For eksempel beskrives kundetilfredshed som det kunden forventer at få, minus det kunden opfatter at få (Pine & Gilmore, 1999, p. 78). De mener ydermere, at det er relevant at undersøge, hvad ens kunder normalt 'ofrer' i en lignende situation. Det man ofrer, definerer de som forskellen mellem det man præcis ønsker, og det man nøjes med (Pine & Gilmore, 1999, p. 78). Hvis man kan finde ud af, hvad kunden normalt ofrer, kan man forsøge at mindske denne ofring, og dermed gøre kunden mere tilfreds. For at en oplevelse bliver mindeværdig, skal den indeholde et element af overraskelse. Denne overraskelse kan defineres som det kunden oplever minus kundens forventninger (Pine & Gilmore, 1999, p. 96). Pine og Gilmore har senere arbejdet videre med ideen om den optimale oplevelse gennem begrebet "authenticity" (Pine & Gilmore, 2007). Ud fra denne tilgang handler værdien af oplevelsen ikke om graden af "ofring", men om forbrugerens oplevelse af balancen mellem "real" og "fake", og hvordan indramningen af oplevelsen har betydning.

Pine og Gilmore beskriver arbejde som teater, ikke som en metafor, men som en model for at se, hvordan produktion kan organiseres på oplevelsesøkonomiske præmisser (Pine & Gilmore, 1999, p. 104). Dette indebærer, at virksomheden er en scene, de ansatte er skuespillere, arbejdet er en performance, ansættelse er casting og påklædning er kostumer. Virksomheder skal altså iscenesætte oplevelser, og alle dele af virksomheden må 'spille med' for at det fungerer. Endelig er forbrugerens rolle gæstens, hvorfor forbrugeren ikke selv er med til at sætte rammen for oplevelsen.

### **Kultur som nydelse og forbrug-som-deltagelse**

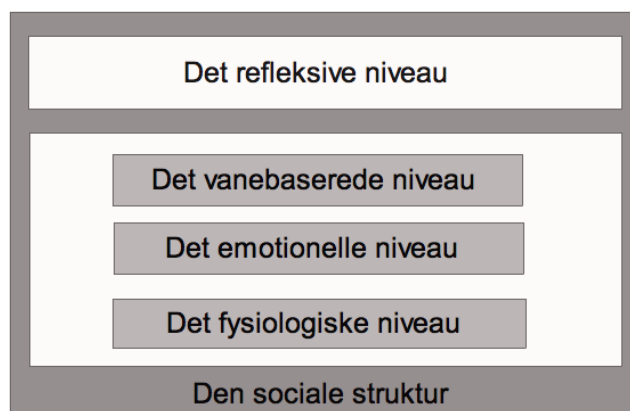
Den danske lektor Christian Jantzen forsker i oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign, og han har behandlet disse emner i forskellige konstellationer (Jantzen & Rasmussen, 2007, Jantzen, Vetner

& Bouchet, 2011). Jantzens bidrag kan betragtes som en nødvendig aktualisering af, hvordan den humanistiske forskning kan bidrage til den samfundsmæssig produktion *indefra* leverancen af oplevelsesydelserne.

Jantzen er kritisk overfor grundtonen i Pine og Gilmores teori om oplevelsesøkonomi. For eksempel mener han ikke, at samfundsøkonomien har en lineær udvikling, hvor oplevelsesøkonomien er det *hidtil højeste stadium* (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 26). Jantzen betragter i stedet ser han oplevelsesøkonomien som en tendens, der fungerer sideløbende med andre tendenser. Jantzen mener heller ikke, at idéen om 'the sweet spot' er holdbar, da et sådan ideal betyder, at "den rene eller optimale oplevelse er karakteriseret ved modellens kollaps." (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 29). Han er ydermere kritisk overfor idéen om arbejde som skuespil, da han ikke mener, at forbrugerne i dag vil nøjes med at være tilskuere til et skuespil, men derimod selv vil optræde.

Jantzens bidrag til en indkredsning af, hvad oplevelsesøkonomi indebærer, tager form af *Den udfoldede model for oplevelsers struktur* (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 37, p. 213, Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011, p. 157):

Modellen beskriver oplevelsers psykologiske struktur, og tager dermed afsæt i individets oplevelse. Ifølge Jantzen oplever man på fire niveauer: Det fysiologiske, det emotionelle, det vanebaserede og det refleksive. Som ramme for disse niveauer ligger den sociale struktur (Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011, p. 157).



Figur 3: Den udfoldede model for oplevelsers struktur, egen forenklet udgave



På det *fysiologiske* niveau påvirkes kroppen udefra af stimuli, hvilket på det *emotionelle* niveau resulterer i frembringelsen af følelser. For eksempel kan man opleve noget der er rart, hvorfor man bliver glad. På det *vanebaserede* niveau evalueres oplevelsen i forhold til ens vaner og erfaringer, og den kan resultere i et vanebrud. Jantzens beskrivelse af vaner er stort set identisk med Bourdieus begreb habitus, da han beskriver vaner som individ- og kulturspecifikke skemaer, der afhænger af tidligere erfaringer og oplevelser (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 209). Det sidste niveau er det *refleksive* niveau, hvor oplevelsen kan resultere i en udvidelse af erkendelse eller identitet. På dette niveau forankres oplevelserne i vores personlige historie og bringes ind i vores sociale fællesskab (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 211). Det refleksive niveau forekommer altså kun, når oplevelsen for alvor formår at gøre en forskel for individet.

Jantzen understreger, at oplevelser ikke som sådan kan iscenesættes, men skabes af og i forbrugeren, da *oplevelser er et forestillingsarbejde, som forbrugeren er både kilde til, producent af og modtager af* (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 43). Han mener derfor, at oplevelsesøkonomiens formål er at bidrage med et forståelse af, at værdiskabelsen starter og slutter med forbrugernes aktive bidrag og engagement (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 45). Selvom Jantzens teoretiske bidrag medtænker den sociale struktur, udfoldes betydningen af denne ikke. Jantzen forudsætter en forståelse af et kommercielt marked, men bidrager ikke direkte til at knytte oplevelsen og nydelsen ved oplevelsen til den sociale struktur. Derfor er det et uafklaret spørgsmål, om oplevelsesnyderen er disponeret fx i kraft af relationer til andre i denne struktur.

### Dannelse som værdi

Kulturens funktion har traditionelt været at danne befolkningen og gøre dem til gode demokratiske borgere (Himmelstrup, 2004, p. 51). Det er derfor relevant at se på teoriernes syn på dannelse. Hos Bourdieu er der en sammenhæng mellem habitus og symbolsk kapital, for når vi oplever noget, kan det både forøge vores symbolske kapital og påvirke habitus. Habitus grundlægges som nævnt i barndommen, og afhænger derfor i høj grad af vores opdragelse. Det betyder dog ikke, at dannelse ikke foregår hele livet. Hos Bourdieu består dannelsen nemlig også i, at man hele tiden søger at øge sin kulturelle kapital, hvorfor dannelse er noget, man kan tilegne sig gennem viden om kunst og kultur. Den slags ople-

velser, der er dannende hos Bourdieu, er altså oplevelser der frembringer kulturel kapital.

Pine og Gilmore taler ikke direkte om dannelse, hvilket hænger sammen med, at de primært betragter oplevelsen fra virksomhedens perspektiv. De ser dog på modtagerens engagement i oplevelsen, og inddeler på baggrund heraf oplevelser i fire kategorier. Eftersom 'the sweet spot' indeholder elementer fra alle fire kategorier, skal den ideelle oplevelse både indeholde uddannelse og æstetik. Uddannelse og æstetik kan sammenlignes med Bourdieus forståelse af dannelse, hvorfor den ideelle oplevelse vil indeholde en form for dannelse. Jantzen beskæftiger sig heller ikke direkte med dannelse. I modellen over oplevelsens psykiske struktur, er det højeste niveau dog det refleksive niveau, og hvis en oplevelse når dette niveau, vil den både kunne ændre vaner og holdninger, men samtidig også reproducere det, som det oplevende subjekt kan lide. Men modellen kan bruges til at indikere, at hvis en oplevelse når det refleksive niveau, kan der ske en form for dannelse. Den dannende oplevelse eller det dannende i oplevelser er altså et træk, der mere eller mindre går på tværs af de behandlede teorier. Oplevelser handler altså ikke udelukkende om underholdning og en indbydende indpakning. Dette er vigtigt at have en mente, idet oplevelsesøkonomi til tider bliver omtalt som en form for 'tivolisering' (Skot-Hansen, 2010, p. 81).

Bourdieu beskæftiger sig både med kulturfeltet og kulturel kapital, hvilket understreger kulturens vigtige rolle. Bourdieu har ikke nogen klar definition af kultur, er det tydeligt, at kultur handler om distinktion, og at indsigt det kulturelle har en høj værdi i sig selv. Når han tillægger kulturen en særlig værdi, gør han det ud fra et æstetisk kulturbegreb (trods den materialistiske grundtone i hans arbejde), da den kulturelle kapital netop opnås gennem viden om eksempelvis kunst. Når Bourdieu beskæftiger sig med habitus, er der derimod tale om det antropologisk kulturbegreb, idet det der her er tale om menneskers bevæggrunde i en bredere samfundsmæssig kontekst. På trods af denne dobbelthed er det æstetiske kulturbegreb det dominerende, når Bourdieu selv benytter begrebet kultur. Kultur er således et felt, hvor spillet handler om positionering: Har du smag eller har du ikke!

Når Bourdieu lægger vægt på kulturens rolle, kan det blandt andet skyldes at han kommer fra Frankrig, hvor kultur traditionelt har spillet en vigtig rolle. Det kan også skyldes hans baggrund inden for

filosofi og sociologi, hvor kulturbegrebet spiller en større rolle end indenfor for eksempel økonomi eller naturvidenskab. Pine og Gilmore derimod har en mere markedsorienteret tilgang, hvilket kan forklare, hvorfor de ser kulturen som en vare. Det kan ydermere hænge sammen med, at de er amerikanere, da kulturinstitutionerne i USA ikke har de samme offentlige bevillinger som i Danmark eller Frankrig. Kultur er altså i USA i højere grad en vare og skal være rentabel. På trods af, at Pine og Gilmore ikke beskæftiger sig specifikt med kultur *som felt* eller *som scene*, har oplevelsesøkonomien alligevel en betydning for kulturen. Kulturen er nemlig en branche hvor oplevelsestankegangen for alvor er slået igennem, da kultur i dag anses som "et gode, der skal give oplevelser" (Teilmann, 2010, p. 23). Oplevelser er altså en grundlæggende del af kulturen. Kulturbegrebet indeholder et modsætningsforhold mellem oplysning og oplevelse, og for at overkomme denne modsætning må man abonnere på et æstetisk kulturbegreb (Teilmann, 2010, p. 23). Sammenhængen mellem kultur og oplevelser betyder ikke, at kulturinstitutionerne uden problemer kan overtage oplevelsesøkonomiens præmisser. For eksempel lægger Pine og Gilmore vægt på, at oplevelser er en vare, og Jantzen beskæftiger sig ligeledes med oplevelsesøkonomi i et forbrugsperspektiv, altså noget der indgår i et bytteforhold (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 209).

### **Kultur som oplevelsesværdi**

Når kultur og oplevelser er så nært beslægtede begreber, vil den kommercielle oplevelsesøkonomi naturligt komme til at 'stjæle' elementer fra de mere klassiske kulturinstitutioner. Dette ses for eksempel, når butikker udformes som museer eller som natur- og kulturformidlere (Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011, p. 55). Jantzen lægger ydermere vægt på, at for at designe unikke oplevelser må man medtænke æstetik, da "den sanselige erkendelse er omdrejningspunktet for oplevelserne" (Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011, p. 25). Æstetik er altså ifølge Jantzen en del af alle gode oplevelser, og er ikke en selvstændig kategori af oplevelser som hos Pine og Gilmore. Jantzen giver altså her udtryk for en æstetisk kulturforståelse, men overfører samtidig vigtigheden af æstetik til alle slags oplevelser, hvorfor kulturen ikke har samme unikke position som hos Bourdieu.

Alle oplevelser imidlertid ikke nødvendigvis kultur. Når man tager udgangspunkt i det æstetiske kulturbegreb, vil Pine og Gilmores

version af oplevelser som en vare næppe kunne karakteriseres som værende kultur. Når Jantzen hævder, at æstetik skal medtænkes i oplevelser, nærmer vi os det æstetiske kulturbegreb, dog med den forskel, at Jantzen ligeledes forbinder oplevelser med et særligt hedonistisk forbrug. Ingen af teorierne tager umiddelbart udgangspunkt i den antropologiske kulturforståelse, selvom Bourdieus begreb om habitus indikerer, at kultur er liv der leves. Bourdieu og oplevelsesøkonomien – i form af Jantzen – tager altså begge udgangspunkt i en æstetisk kulturforståelse, og den afgørende forskel i denne sammenhæng er, hvorvidt de betragter kulturen som en vare eller ej. Denne forskel i synet på kultur, åbner op for en diskussion af værdien af kultur.

### **Kultur som værdiskabelse**

Værdiskabelse handler både om, hvad der har værdi, og hvordan man forøger denne værdi. Hos Bourdieu har kulturen en symbolsk værdi, og den symbolske kapital handler ikke om en konkret værdiforøgelse, men om hvordan magt bliver fordelt inden feltet. Oplevelser er typisk noget man kan fortælle andre om, man kan signalere, hvem man var sammen med og hvad man lavede, og på den måde i nogle tilfælde forøge både den sociale, kulturelle og økonomiske kapital. Hvis formålet med denne oplevelse fra starten har været at forøge sin symbolske kapital, kan man diskutere om kulturen virkelig har en værdi i sig selv, eller om dens værdi afhænger af hvordan den påvirker ens symbolske kapital. Man kan således mene, at man kan ønske at engagere sig i kultur og oplevelser, fordi de kan forøge ens symbolske kapital, og ikke på grund af kulturens iboende værdi.

Pine og Gilmore beskæftiger sig i modsætning til Bourdieu med værdi som økonomisk kapital. Oplevelsesøkonomiens formål er således at sikre, at virksomheder kan omstille sig til de vilkår som gør sig gældende i en oplevelsesøkonomi. Der er altså her tale om en anden form for værdi, der handler om en konkret værdiforøgelse: Det som forbrugeren er villig til at betale *mere* for en vare eller en ydelse. For eksempel skal virksomheder ikke fungere som et teater, fordi det er en fordel for ansatte eller kunder, men fordi det kan få kunderne til at bruge flere penge. Der ligger altså et kapitalistisk syn bag denne form for oplevelsesøkonomi, hvor succeskriteriet for en oplevelse handler om, hvor meget overskud den kan generere.

Jantzen tager ikke på samme måde som Pine og Gilmore udgangspunkt i, hvordan virksomheder kan skabe omsætning. Jantzens forbrugsperspektiv gør, at oplevelser i sidste ende handler om, at man som forbruger skal købe en vare, hvor forbrugeren selv leverer *det mere*, der retfærdiggør prisen. Jantzen bruger eksempler om succesrige virksomheder, der forstår at udnytte oplevelsesdesign for eksempel Build-a-Bear (Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011). Han beskæftiger sig dog ikke direkte med økonomi, men med en forståelse af, hvad der skal til, før forbrugeren ønsker at *veksle* sin opmærksomhed og mulighed for deltagelse med penge.

### **Kulturens værdi set videnskabsteoretisk**

Bourdieu beskriver sin videnskabsteoretiske position som konstruktivistisk strukturalisme eller strukturalistisk konstruktivisme (Helder, Brendenlöv & Nørgaard, 2009, p. 226). Selvom Bourdieu beskæftiger sig med strukturer, både i forbindelse med habitus og felt, er han ikke udelukkende strukturalist. Alle de strukturer han beskæftiger sig med, afhænger nemlig af sociale faktorer som positioner og forskelle i habitus. Strukturernes konstrueres således af individer og deres relationer inden for et felt, da *erkendelsesgenstande er konstruerede og ikke passivt registrerede* (Bourdieu, 2007, p. 91). Bourdieu har således fokus på sociale relationer, og mener ligesom socialkonstruktivismen at betydning skabes i kraft af den sociale interaktion.

Bourdieu er kritisk overfor de klassiske videnskabsteoretiske tilgange, da han er modstander af at begreberne subjektivitet og objektivitet opstilles som modsætninger (Bourdieu, 2007, p. 53). Han tager blandt andet afstand fra fænomenologien, da han mener, at den *udelukker spørgsmålet om denne oplevelses mulighedsbetingelser* (Bourdieu, 2007, p.54). Han er derimod fortalere for en praksisteori som "muliggør en sand teoretisk erkendelse af praksissen og den praktiske erkendelsesmåde." (Bourdieu, 2007, p. 56).

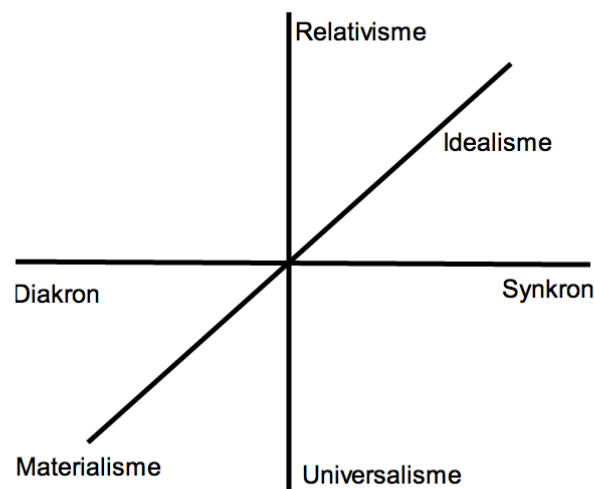
Oplevelsesøkonomien er derimod fænomenologisk i sit udgangspunkt. Fænomenologien undersøger hvordan *oplevelser erfares kropsligt og umiddelbart fremtræder for bevidstheden* (Jantzen, Vetner & Bouchet 2011: 26). Det vil sige, at den ikke ser på fænomener eller oplevelser som objektive størrelser, men på hvordan mennesker oplever dem. Dette stemmer overens med Pine og Gilmores opfattelse af, at det vigtigste ved en oplevelse er, hvordan individerne oplever den. Det stemmer også overens med Jantzens fokus på, hvordan oplevelser opleves (Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011, p.

26). I alle tilfælde er fokus altså på den individuelle oplevelse, og oplevelser eksisterer derfor ikke uden, at mennesker oplever dem.

Jantzen tager udgangspunkt i hedonismen, der beskæftiger sig med glæden *ved at konsumere* mens man forbruger. Dette handler om de psykologiske processer, der er forbundet med forbrug (Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011, p. 24). Denne tendens trækker således oplevelsesøkonomien væk fra de økonomiske rødder, og mere i retning af psykologi og filosofi. Hvor Pine og Gilmores teori tager udgangspunkt i økonomi, arbejder Jantzen altså i et mere tværvidenskabeligt felt, som blandt andet inkluderer æstetik, adfærdsteori, forbrugerteori, mentalitetshistorie, kommunikations- og informationsteknologi og management (Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011, p. 22).

### Bidrag til en tværvidenskabelig forståelse af oplevelsesøkonomi

Til dette punkt er der præsenteret en række ligheder og forskelle i tilgange til at forstå kultur og værdi. For at sammenligne tilgange yderligere inddrages her Jantzens model for positionering af kulturteori (Jantzen, 1997). Modellens tre akser illustrerer hvorledes en teori beskriver dens genstandsfelt, og kan derfor bruges til at sammenligne forskellige teoretiske tilgange:



Figur 4: Positioner indenfor kulturteori, egen udgave

På akse relativisme/universalisme skelnes der mellem, hvor kontekstafhængig eller almengyldig en teori er. Bourdieu beskriver grundlæggende adfærdsmønstre, positioner og interaktioner mellem mennesker, hvorfor han beskriver strukturer, der som udgangspunkt ikke er afhængige af tid og sted. Bourdieus teori er altså universel på trods af hans insisteren på det *relationelle* og distinktionsdynamikken i teorien. Konkrete samfundsforhold og økonomi har derimod en stor betydning hos Pine og Gilmore, der opfatter oplevelsesøkonomien som en fase. Pine og Gilmores udgave af oplevelsesøkonomien er altså relativ. Når Jantzen beskriver oplevelseres psykologiske strukturer, beskæftiger han sig med universelle kognitive strukturer. Jantzens vil fastholde, at det sansende subjekt repræsenterer nogle universelle træk, som går forud for relativismens forsøg på at socialt at konstruere oplevelser og forståelser.

På akse diakron/synkron er det springende punkt, om en teori antager, at den øjeblikkelige samtid og sammenhæng har forrang, eller om et givet objekt alene kan forstås i sin historiske kontekst. Da Bourdieu beskriver strukturer – både i forbindelse med felt og habitus – har han en diakron tilgang. Det samme gælder i princippet for Pine og Gilmore, der på den ene side ser oplevelsesøkonomi som en fase i en historisk udvikling, men samtidig er interesseret i præcist denne fases træk og implikationer for den samfundsmæssige produktion. Jantzen befinder sig igen et sted midt på akse, da han indsætter oplevelsesøkonomien i en historisk kontekst, men samtidig mener, at oplevelsens psykologiske struktur er almengyldig og altså ikke afhængig af historien.

På akse materialisme/idealisme skelnes der mellem, om teorierne beskæftiger sig med materielle forhold som for eksempel økonomi, eller med immaterielle forhold som for eksempel adfærd, ideer og vilje. Når Bourdieu beskæftiger sig med symbolske kapital, positioner og relationer, kan der argumenteres for, at det ikke er muligt at forstå kultur og menneskers placering i forskellige felter uafhængig af de materielle vilkår. Men samtidig har Bourdieu blik for, at ideer og betydningen af ideer – vores smag inkluderet – har betydning for vores relationer. Pine og Gilmore beskæftiger sig derimod med oplevelser som en vare, hvorfor der er tale om materialisme, selvom deres forståelse af subjektet, den oplevende forbruger, træffer forbrugsvalg på baggrund af forestillinger om *sig selv* og hvad der giver mening. Igen befinder Jantzen sig et sted mellem de to, da han ser på, hvordan oplevelser påvir-



ker menneskers adfærd, men samtidig betragter oplevelser fra et forbrugsperspektiv.

En anden forskel mellem teorierne er forskelle i deres menneskesyn. Bourdieu interesserer sig for, hvordan mennesker handler og interagerer med hinanden, og i denne interaktion reproducerer de kapitalmæssige strukturer. Han beskriver mønstre, der forklarer, hvorfor mennesker gør som de gør, og har altså en sociologisk tilgang. Han er dermed ikke interesseret i, hvordan man kan få mennesker til at ændre adfærd, men derimod baggrunden for vores handlinger. Når Pine og Gilmore taler om, hvordan man kan iscenesætte oplevelser, er de modsat Bourdieu interesseret i, hvordan man kan ændre folks adfærd, eller hvordan man kan "udnytte" eller profitere af, at forbrugere vil have noget mere, når de handler oplevelser. De mener, at man kan påvirke mennesker til at handle på en bestemt måde – købe en bestemt vare – hvis man iscenesætter rammerne for en god oplevelse. Bourdieu og Pine & Gilmore har altså forskellige tilgange til mennesker som sociale subjekter. Begge tilgange har fokus på rammen for interaktion, men tænker forskelligt om det strategiske: Hvordan er det muligt at påvirke adfærd? Jantzen befinder sig igen et sted mellem de to poler. Han har fokus på forbrug, og hvordan oplevelser kan føre til forbrug, hvorfor han ligesom Pine og Gilmore interesserer sig for hvordan man kan påvirke mennesker. Han beskæftiger sig dog ligeledes med, hvorfor mennesker oplever som de gør, samt hvilken rolle erfaringer om tidligere oplevelser spiller. Jantzen betragter altså både mennesket som et kompleks individ med en *egenværdi*, og som en gruppe af individer, hvis handlinger man kan påvirke gennem oplevelser. Hvad modellen imidlertid ikke eksplicit forholder sig til er en mulig fjerde akse: Struktur versus aktør. Der kan argumenteres for, at en sådan fjerde akse ligger implicit i de øvrige. Men netop omkring spørgsmålet om social struktur og betydningen for selve oplevelsen og forbrugerens motivation for at blive en del af oplevelsen, markerer at område, som også i forhold til spørgsmålet om værdi og dannelse kan udforskes yderligere.

De grundlæggende forskelle og ligheder, kan opstilles i følgende matrice, der er inspireret af Jantzens sammenligning af forskellige typer oplevelsesøkonomi (Jantzen & Rasmussen, 2007, p. 33):

	Kontekst	Subjekt	Logik	Værdi
<b>Bourdieu</b>	Felt i hverdagslivet	Kritisk	Distinktion	Dannelse
<b>Pine og Gilmore</b>	Markedet	Passiv	Forventningsbrud	Oplevelse
<b>Jantzen</b>	Forbrugssituationen	Aktiv	Psykologisk struktur	Nydelse

Figur 5: Grundlæggende forskelle og ligheder, egen model

Forskellene mellem Bourdieu, Pine & Gilmore og Jantzen er mere oplagte end lighederne. På trods af dette er der visse ligheder, især mellem Bourdieu og Jantzens udgave af oplevelsesøkonomien. Jantzens beskrivelse af det vanebaserede niveau minder om Bourdieus habitus, og også det reflektive niveau trækker på en mulig forståelse af habitus og symbolsk kapital. Jantzen henviser i sine nyere udgivelser ikke direkte til Bourdieu, men hans model over oplevelsens psykiske struktur, er alligevel det nærmeste vi kommer en etablering af en oplevelsesforståelse, der forbinder det subjektivt-individuelle med det objektivt-strukturelle, på trods af at spørgsmålet om den sociale struktur ikke forfølges.

Den foreslåede figur tjener det formål at skitsere, at spørgsmålet om værdi er afhængig af perspektiv, og at den grundlæggende videnskabsteoretiske tilgang har betydning for, hvad der overhovedet tæller som værdi. Som det er fremgået, at dannelsesforestilling ikke forladt. Kultur skal gøre en forskel, uanset hvilken status den økonomiske kapital har. Samtidig peger figuren på, at spørgsmålet om værdi er komplekst, og at der er forskellige rationaler, der retningsbestemmer værdien af kultur, når den formidles og opleves. Det er i sig selv et stort spørgsmål, om den enkeltes nydelse kan indløse forventninger til en økonomi baseret på oplevelser.

### Konklusion

Denne artikel har stræbt efter at nuancere det teoretiske grundlag for at forstå oplevelsesøkonomi som kulturformidling, og derigennem få en forståelse for, hvordan humaniora kan bidrage til dette udforskningsarbejde. Artiklen har klarlagt nogle forskelle mellem forskellige teoretiske tilgange til emnet. Disse forskelle bidrager til at belyse centrale forskelle i formidlingen af kultur, og samtidig påpege kompleksiteten ved kultur som kilde til værdiskabelse. Hvor Bourdieu kan forklare baggrunden for menneskers kulturforbrug, kan

Pine og Gilmore bruges til at forstå kultur som en vare, der igennem iscenesættelse indgår i det økonomiske kredsløb. Jantzens nydelsesorienterede tilgang sætter fokus på forbrugerens rolle som aktiv i produktionen af selve oplevelsen, og dermed aktiveringen af formidlingen af kultur. Dette teoretiske grundlag indikerer i sig selv, hvorfor det kan være vanskeligt direkte at tænke kulturformidling *som* oplevelsesøkonomi, også fordi der er forskel mellem dannelse *som* værdi overfor nydelse *som* værdi. Alene det forhold, at forståelsen af kultur og værdi er forskellige åbner for spørgsmål som: Hvad er det vi egentligt opnår, ved at tænke kulturformidling *som* oplevelsesøkonomi, og hvordan bidrager det til en særlig form for strategisk kommunikation som har potentiale til eller risikerer at rykke ved det, som en kulturformidlende institution står for!

I forhold til at oversætte artiklens forståelse til kulturinstitutioner som museer, er det antagelsen, at kulturinstitutionerne primært opfatter kultur på samme måde som Bourdieu, med fokus på symbolsk kapital og dannelse. Dette syn kan skabe problemer, når kulturinstitutionerne samtidig bevæger sig på et oplevelsesøkonomisk marked. Disse grundlæggende forskelle kan altså åbne op for en diskussion af kulturinstitutioners selvforståelse, og en diskussion af kulturformidling som en særlig eller en normal form for strategisk markeds kommunikation.

## Noter

- 1 Sisse Heide Møller 2012, *Velkommen på ARoS – en casebaseret undersøgelse af kulturforbrug og kulturformidling*, Institut for Kommunikation (kandidatspeciale), Aalborg. ette speciale behandler de strategiske kommunikationsudfordringer, som kulturinstitutionen ARoS er nødt til at imødekomme i forhold til unge som en særlig mål- og brugergruppe.
- 2 Christian Jantzen præsenterer i artiklen "Tertium Datur. Kampen om kulturbegrebet" (Jantzen, 2005) en tredje, pragmatisk vej til at forstå kultur. Denne kan betragtes som optakten til den hedonistiske og aktørorienterede tilgang, som aktiveres i forhold til spørgsmålet om oplevelsesøkonomi.

## Referencer

Bourdieu, Pierre, 1991. *Language and Symbolic Power*. Polity Press: London.

- Bourdieu, Pierre, 1993, *The Field of Cultural Production*, Polity Press: London.
- Bourdieu, Pierre, 2005. *Udkast til en praksisteori*. Hans Reitzels Forlag: København.
- Bourdieu, Pierre, 2007. *Den praktiske sans*. Hans Reitzels Forlag: København.
- Bourdieu, Pierre, 2010. *Distinction*. Routledge: London.
- Drotner, Kirsten, Jensen, et al., 1996. *Medier og kultur – en grundbog i medianalyse og medieteori*. Borgens Forlag: København.
- Himmelstrup, Kristian, 2004. *Kulturens former og institutioner*. Hans Reitzels Forlag: København.
- Jantzen, Christian, 1997. *Fra evolution til strukturation - rids af nogle kulturteoretiske positioner*, Aalborg Universitet, Aalborg.
- Jantzen, Christian, 2005. *Tertium Datur*. Kampen om kulturbegrebet. Povlsen, Karen Klitgaard & Anne Scott Sørensen, red. *Kunstkritik og kulturkamp*. Klim: Århus.
- Jantzen, Christian & Tove Rasmussen, 2007. *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug*. Aalborg Universitetsforlag: Aalborg.
- Jantzen, Christian, Vetner, Mikael & Bouchet, Julie, 2011. *Oplevelsesdesign*, Samfundslitteratur: Frederiksberg.
- Jantzen, Christian, 1996. *Selvfølgeligheder. Kulturanalyse som praksis*. Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation (PhD afhandling): Aalborg
- Nielsen, Henrik Kaare, 1993. *Kultur og modernitet*. Aarhus Universitetsforlag: Aarhus
- Pine II, Joseph B. & Gilmore, James H., 1999. *The Experience Economy*, Harvard Business School Press: Boston.
- Pine II, Joseph B. & Gilmore, James H., 2007. Museums and Authenticity. *Museum News*, May/June. Howard Business School Press.
- Skot-Hansen, Dorte 2008, *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi: når oplysning bliver til en oplevelse*. Imagine: Frederiksberg.
- Teilmann, Peter Christensen, 2010. *Kulturliv. Institutioner, praksis og formidling*. Samfundslitteratur: Frederiksberg.

## Employer branding

### **Søren Frimann**

*(f. 1962) er lektor ved Institut for Kommunikation på Aalborg Universitet. Forskningen fokuserer bl.a. på ledelses- og organisationskommunikation, herunder forholdet mellem intern og ekstern kommunikation. Øvrige forskningsområder omfatter bybranding, MUS-samtaler, coaching samt diskurs-, sprog-, samtale og tekstanalyse af medieret og interpersonel kommunikation.*

### **Bolette Rye Mønsted**

*(f. 1985) er ph.d.-stipendiat ved Institut for Kommunikation på Aalborg Universitet. Forskningen er centreret om uddannelsen Humanistisk Informatiks genese og udvikling gennem de seneste 30 år, mens undervisningen primært er koncentreret omkring branding.*

Employer branding er både for den private og den offentlige sektor blevet en måde, de kan imødekomme ændrede arbejdsmarkedsvilkår og organisatoriske udfordringer i en postmoderne og globaliseret verden. Den aktuelle finanskriser har skabt nye udfordringer for organisationer i deres bestræbelser på at tiltrække- og fastholde attraktive medarbejdere. Men hvilken betydning har det, når Grundfos siger "Mennesket er i fokus", og hvad siger "mangfoldighed" om Københavns Kommune som arbejdsplads i relation til employer branding? Er der egentlig sammenhæng mellem tankerne bag employer branding og de eksternt kommunikerede employer brandprodukter. Eller bliver det unikke ved arbejdspladserne erstattet af buzzwords uden substans og inddragelse af ansatte og interessenter? Artiklen har til formål at vurdere disse spørgsmål på baggrund af analyser af to cases med employer branding.

### **Employer branding i perspektiv af Corporate Branding, CSR og HRM**

Employer Branding er et af de seneste nybrud inden for branding, marketing og corporate communication (Moroko & Uncles, 2008;

Backhaus & Tikoo, 2004; Forster m.fl. 2010; Hatch & Schultz, 2003; Aaker, 1996). Brandingbegrebet har de seneste årtier bredt sig til områder fjernt fra dets oprindelse med brændemærkning af kvæg og produktbranding til bl.a. byer, individer, organisationer og ansatte. Employer branding trækker på organisationens samlede interne og eksterne brandingstrategi med mission, vision og værdier og inddrager samtidig CSR i form af social ansvarlighed med fokus på arbejdsforhold, miljøbevidsthed, hensyn til lokalsamfundet og etiske værdier samt HRM-traditionen i form af kompetencer, sociale relationer, menneskelige resurser og forholdet mellem arbejdsgiver, ansatte samt tiltrækning af potentielt nye medarbejdere (Aggerholm m.fl., 2011). Employer branding har der været megen hype omkring de seneste år. Men er der tale om andet og mere end buzz? Kritikere (Marchand, 1998; Cheney m.fl., 2004) fremhæver, at corporate communicationen langt fra er et nyt fænomen. Organisationer har helt tilbage i industrialiseringens tidlige periode fra 1860'erne og frem praktiseret en form for corporate communication, HRM og CSR. De fremhævede dengang gunstige muligheder for deres ansatte og for lokalsamfundet. Efterhånden som organisationer ekspanderede både nationalt og globalt med fjerne hovedkvarterer og fabriksbyer, blev afstanden mellem organisationen og lokalsamfundet større. Siden da har organisationers kommunikation i vid udstrækning handlet om at genetablere en troværdig, gunstig og relevant relation til de ansatte og (lokal)samfundet. Dengang bestod den medierede del af kommunikationen primært af PR-materiale i blade, aviser og magasiner med fokus på organisationens identitet og legitimitet. Efter anden verdenskrig blev konkurrencen om arbejdskraften øget. For at tiltrække og fastholde medarbejdere skiftede organisationer fokus til de ansattes arbejdsvilkår, velfærd, medindflydelse, loyalitet og moral samt muligheder for demokrati på arbejdspladsen. Allerede dengang praktiserede professionelle mange af de kommunikative aktiviteter, som i dag hører under corporate communication, corporate branding, employer branding, HRM og social ansvarlighed (CSR). I den forstand er der ikke meget nyt under solen.

Det nye handler imidlertid mindre om kommunikationsformerne som sådan end om måden og intensiteten, hvormed de tages i anvendelse (Christensen m.fl., 2010, p. 51).

Corporate communication er i dag blevet et ledelses- og organisationsideal, der har bredt sig fra få store koncerner til offentlige og private organisationer af alle størrelser i alle brancher. Ifølge idealet skal en organisation kunne fastlægge eller afdække sin særlige "essens", identitet og værdier i interne processer med dens medlemmer og præsentere organisationen sprogligt, symbolsk og æstetisk med enkle overbevisende og persuasive budskaber (Stigel og Frimann, 2007, p. 79). Ideen er, at de ansatte skal kunne samles om fælles værdier og symboler på tværs af geografiske, kulturelle og faglige afstande, ligesom organisationen skal kunne kommunikere med en mangfoldighed af interessenter. Corporate communication hviler således på en forestilling om, at man kan integrere, koordinere, styre og kontrollere en organisations totale kommunikation, så den kommunikerer konsistent og relevant på tværs af såvel interne som eksterne målgrupper og medier (Frimann m.fl. 2008, p. 234; Van Riel, 1995, Christensen m.fl., 2005; Kotler, 1991, p.24). I den forstand er der sket ændringer i organisationers kommunikation i form af *ekspansion, konvergens og koncentration*. Professionel kommunikation ekspanderer til flere og nye områder i organisationer, mens man bestræber sig på at konvergere de kommunikative indsatser og aktiviteter, så de er konsistente og hænger sammen. Det fører ofte til styring og koncentration af kommunikationsansvaret med nær tilknytning til ledelsen øverst i det organisatoriske hierarki (Christensen m.fl. 2010, p. 52). Kommunikationsopfattelsen er primært strategisk, produktorienteret, envejs og afsenderorienteret med en antagelse om en passiv og påvirkelig modtager. Derved overses megen forskning inden for kommunikations- og medievidenskaberne, hvor f.eks. receptionsanalyse og diskursanalyse har vist, at modtageren er en kreativ og aktiv selvstændigt fortolkende medskaber af betydninger i relation til kommunikationen (Højberg, 1994; Buhl, 1991). Employer branding og corporate communication i en postmoderne, digital og globaliseret verden med refleksive mennesker peger på et nødvendigt paradigmeskift fra funktionalisme og envejskommunikation til social konstruktivisme (Burr, 2003) med et dialogisk emergent skabende organisations- og kommunikationsideal som udgangspunkt (Deetz, 2001; Taylor m.fl., 2000), hvor relationen mellem organisation, ledelse og medarbejdere bliver udviklet gennem dialogisk eller interaktiv kommunikation, samskabelse og forskellige ofte divergerende perspektiver i dynamiske processer over tid.



Employer branding er et eksempel på ekspansion inden for corporate communication og corporate branding. Som noget nyt i forhold til tidligere inddrages de ansatte i organisationens kommunikationsprojekt, da de er tiltænkt en medansvarlig rolle som aktive medskabere og bærere af virksomhedens kommunikation (Christensen m. fl., 2010, p. 57). Der skal være sammenhæng mellem ord og handling, dvs. mellem espoused values og theories-in-use (Argyris m.fl., 1996). Det gælder også de ansatte, som forventes at leve op til brandets værdier og løfter for, at det er troværdigt. Når f.eks. Silvans corporate brand lover «vi gør det selv», får de ansatte pligt til at leve op til brandet ved at have gør-det-selv kompetencer. Det handler om at profilere og sælge virksomheden bag produktet – dens kultur, værdier, idealer og normer, som interessenter i stigende grad antages at efterspørge, orientere sig mod og identificere sig med (Balmer & Greyser, 2006, p. 735). Derfor skal de interne affærer afdekkes, styrkes og profileres på samme måde som den eksterne kommunikation via en integreret kommunikationsstrategi. Den eksterne kommunikation virker desuden tilbage på organisationen internt med løfter, krav og værdier jf. begrebet autokommunikation (Lotman, 1977, p. 99-101; Christensen, 2003). Det er således ikke længere muligt at opretholde et monologisk kommunikationsideal og et skarpt skel mellem intern og ekstern kommunikation. De sociale medier bidrager yderligere til at nedbryde forestillingen om en skillelinje mellem det interne og eksterne, lokale og globale (Li & Bernoff, 2011), da ansatte via blogs, Facebook, Twitter, Google+ og andre online tjenester kan kommentere og kritisere interne forhold i organisationen offentligt. Sociale medier udgør nye udfordringer for sammenhængen mellem organisationers image, identitet og kultur (Schultz m.fl., 2000 & 2003), særligt i form af konsistens, troværdighed og dialogiske kommunikationsprocesser.

(...) employer branding is defined as "the sum of a company's efforts to communicate to existing and prospective staff that it is a desirable place to work" or, more formally, as "the package of functional, economic and psychological benefits provided by employment, and identified with the employing company" (Moroko & Uncles, 2008, p. 11).

Med employer branding handler det især om troværdigt at skabe og kommunikere organisationen i en proces over tid, som kan engagere, fastholde og tiltrække de bedste medarbejdere i såvel private som offentlige organisationer. Hvordan ser de aktuelle tendenser ud på arbejdsmarkedet? Under en finanskriser er det vel overflødigt at tiltrække og fastholde medarbejdere, da der er nok at vælge mellem?

### **Ændringer på arbejdsmarkedet**

Organisationer har pr. definition flere ledige at vælge mellem på arbejdsmarkedet under en finanskriser. I den forstand kunne man mene, at det for tiden er overflødigt med employer branding, da mange har slækket på krav, ønsker og forventninger til jobbet. Men samtidig sker der i disse år en del afgørende ændringer i befolkningssammensætningen og i de unges forventninger til karriere og job, som er udfordrende i forbindelse med at tiltrække og fastholde medarbejdere i organisationer. Mange private og offentlige organisationer er nødt til at gøre en indsats for at være sikre på at have de fornødne ansatte og kompetencer på længere sigt. Employer branding kan ses som et strategisk svar på disse nye udfordringer. Hvad består udfordringerne så i?

For det første går mange af de store årgange, de såkaldte baby-boomers, fra efterkrigstidsgenerationen på pension. Den generation, der skal overtage arbejdsmarkedet, udgør små årgange. Det vil i de kommende år give problemer i forhold til få ansat kvalificeret arbejdskraft i de ledige stillinger. Dansk Industri opgjorde et tab på 32 mia. kr. i perioden 2005-2007 som følge af tabte ordrer på manglende arbejdskraft (Christensen, 2007). Desuden har mange vestlige organisationer ikke forfremmet unge kompetente ansatte til ledere. Det betyder, at der bliver mangel på ledere, samtidig med at halvdelen af de nuværende ledere går på pension. For det andet har den nye generation - den såkaldte generation Y - et andet syn på karriereforsøg, værdier og jobvalg end tidligere generationer. Hvor baby-boomers (1946-64) arbejdede for standen og generation X (1965-80) for virksomheden, så arbejder generation Y for det enkelte projekt. Det er refleksivt moderne individualister (Giddens, 1996), som aktivt konstruerer deres egen biografi, familie-, karriere- og livsplan (Beck, 1992) præget af selvrealiseringsprojekter, hvor mange hensyn skal afvejes og forhandles, når valg skal træffes.

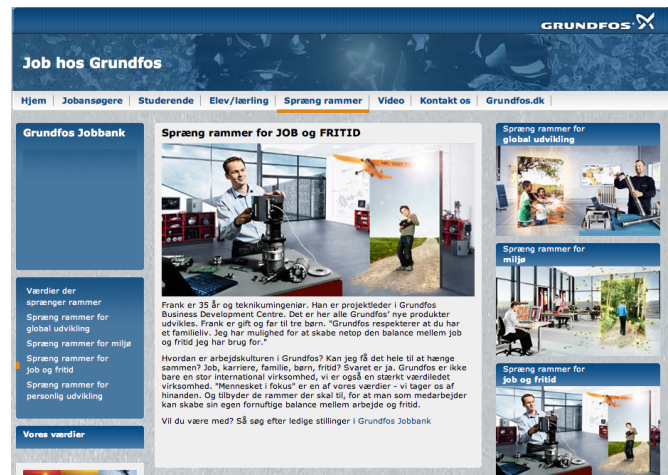
De akademisk uddannede unge vil ikke knokle i døgndrift for at få sparket gang i karrieren, de vil have tid til sig selv og deres egne projekter. De vil heller ikke spilde tid på rutinearbejdet, men forventer konstant udvikling og fremdrift. Og måske allervigtigst: For generation Y er lang anciennitet ikke lig med loyalitet, men stilstand personligt og karrieremæssigt (Lodberg, 2010, p. 160).

Det betyder, at de unge hyppigt skifter job og er særdeles opmærksomme på at pleje deres egen karriereprofil, personlige udvikling, livsplan og branding. Organisationer har derfor en stor udfordring med at fastholde og tiltrække de unge på arbejdsmarkedet. Set i det lys er employer branding ikke ren og skær overflade og buzz. Employer branding kan ses som et bud på at løse de aktuelle udfordringer på arbejdsmarkedet. Employer branding lanceres ofte sammen med Corporate Branding og CSR og HRM strategier via websider og andre kanaler samtidigt. I denne artikel præsenteres to cases fra en privat og en offentlig organisation. De er valgt på baggrund af et speciale med cases fra offentlige organisationer og udvalgte cases med employer branding strategier fra større danske private organisationer. Analyserne består primært af indholds- eller semantiske analyser, som hviler på kvalitative humanistiske analyser af semiotik, sprogbrug og tekstanalyse af tematikker, af-sender- og modtagerforhold samt af diskurser, der realiseres multimodalt (Kress og Van Leuwen, 2001) gennem sprog, tekst, visuelle og auditive elementer i employer branding materialerne. En facetteret multimodal analyse ville kræve mere plads, end der er til rådighed i denne sammenhæng. Derfor præsenteres kun de væsentlige træk i analyserne.

### **Employer branding i det private erhvervsliv: Grundfos**

Grundfos er en dansk international pumpevirksomhed grundlagt i 1945 med hovedsæde i Midtjylland. I 2010 havde Grundfos en omsætning på lige under 20 milliarder og 16.000 ansatte fordelt på over 72 virksomheder i 40 lande. Grundfos har en Corporate Branding Strategi med værdierne sammenfattet i sloganet Be, Think, Innovate. I de senere år har Grundfos satset på bæredygtighed med en CSR strategi, hvor miljøet og de menneskelige værdier prioriteres højt og indregnes som social kapital under "Goodwill" i regnskabet. Fra 2007 har Grundfos haft en employer branding strategi, som er

underordnet virksomhedens samlede kommunikations- HRM og CSR strategi. Den findes bl.a. på deres hjemmeside under "Job hos Grundfos"<sup>1</sup> og har overskriften "Værdier der sprænger rammer" med koncernchef Carsten Bjerg som første personliggjorte eksempel, når man klikker ind på siden: "Carsten, 49 år og koncernchef: "Kernen i Grundfos er innovation, det at vi går nye veje". Derudover er siden inddelt i fire temaer i højre side; global udvikling, miljø, job og fritid og personlig udvikling. Den blå farve dominerer den visuelle æstetik og kan associeres i retning af rent vand,



Figur 1

og pumper, som er kernen i Grundfos forretning.

Hvert tema er målrettet forskellige typer af medarbejdere i forskellige aldre og jobs: En mandlig ingeniør på 35, en mandlig maskinarbejder på 45 år, en 27-årig kvindelig cand. Mag. og en 32-årig kvindelig civilingeniør. Teksterne skrevet med udgangspunkt i en konkret medarbejder: «Anne-Mette er 27 år og cand. mag. ...» Hver jobtype er illustreret med et billede, der profilerer Grundfos' værdier.

Billedet i figur 1 viser ingeniøren Frank på 35 år i færd med at arbejde. Til højre i billedet er monteret billedet af en legende dreng med et fjernstyret fly i luften. Drengen står på en grussti, som flyder ind i kontoret med sol og grønt græs i baggrunden, mens flyet er monteret, så dets fortsatte bevægelse flyver ind i kontoret. I nogle perioder har flyet været animeret ved mouse-over. Paradigmerne arbejde, leg og fritid er visuelt monteret oven i hinanden til et drømmeagtigt surrealistisk udtryk, der sprænger rammerne for de vante forestillinger om opdelingen af arbejde og fritid, inde og ude i et samlet univers. Teksten forankrer disse paradigmer sprogligt ved at citere Frank «Grundfos respekterer at du har et familieliv». Teksten forstærker med retoriske spørgsmål på vegne af den intenderede modtager "Hvordan er arbejdskulturen i Grundfos? Kan jeg få det hele til at hænge sammen? Tekstens implicite fortæller replicerer "Svaret er ja...." "Mennesket i fokus" er en af vores værdier - vi tager os af hinanden." Teksten bliver overtalende gennem brugen af deiksis med inklusivt "vi" og de semantiske valg eller diskurser, som

teksten forsøger at overtale modtageren til at tilslutte sig. Hvert tema og tekst har samme struktur som dette eksempel og afslutter med en opfordring formet som et sammenhængende ytringspar i en spørgsmål-svarstruktur med direkte læserhenvendelse *"Vil du være med? Så søg ledige stillinger i Grundfos Jobbank"*

Grundfos employer branding webside er placeret som en underside på deres webside. Denne placering ligger på overgangen mellem intern og eksternt kommunikation. På den ene side henvender siden sig til eksterne jobsøgende, på den anden side også internt til virksomhedens ansatte som autokommunikation. Her får Grundfos kommunikeret virksomhedens grundlæggende værdier, kultur og forventninger til de ansatte, f.eks. om viden, kompetencer, krav til udvikling, læring, globalt miljøhensyn, sociale- og fællesskabsorienterede værdier. For eksterne ansøgere fremstår teksterne som løfter om gode arbejdsforhold og relationer og for interne fungerer de også som normative krav til de ansattes holdninger, værdier og adfærd. Værdierne i teksterne svarer til generation Y's forventninger til et job, da de giver løfter om personlig udvikling, karrieremuligheder, sammenhæng mellem job og fritid, ansvarlighed på miljøområdet, det menneskelige og det sociale felt i sammenhæng med et globalt og internationalt fokus. Både nuværende og kommende medarbejdere tilbydes muligheder for at pleje sig selv, deres karriere og udvikling i et firma med bæredygtighed som grundlæggende værdier. Det kan være med til at tiltrække kompetente medarbejdere med generation Y-værdier og fastholde nuværende ansatte. Der er i høj grad tale om kulturarbejde som forslag til en hverdagspraksis med værdier, normer, vaner og forventninger, der svarer til generation Y. I den forbindelse er det bemærkelsesværdigt, at medarbejderprofilerne i kampagnen placerer sig i aldersgruppen 27-45 år. Herved udgør babyboomers og generation X ikke primære målgrupper hos Grundfos. Selvom kampagnen henvender sig personligt med interaktivt sprogbrug, er der tale om personliggjort envejs massekommunikation, som ikke giver modtageren mulighed for medskabelse, dialog og interaktion med virksomheden omkring værdier, jobs og kultur. Det havde ellers været oplagt at tænke interaktivitet ind i forhold til generation Y, da de er opvokset med interaktivitet i sociale medier på Internettet. Efter analysen af employer branding fra den private virksomhed Grundfos, præsenteres i det følgende employer branding i det offentlige og derefter analyseres en case fra Københavns Kommune.

### Kommunal employer branding

I beskæftigelsen med kommunal employer branding er det nærliggende at stille sig spørgende over for, om og i givet fald hvorfor employer branding er relevant for kommunerne at beskæftige sig med. Employer branding er blot ét ud af mange eksempler på branding-tendenser, der opstår og inkorporeres i det private erhvervsliv, for siden at blive adopteret af offentlige institutioner. Det er således interessant at undersøge den kommunale anvendelse af employer branding, idet den organisatoriske ramme i kommuner giver særlige muligheder og begrænsninger i forhold til den private sektor. Her tænkes der eksempelvis på, at offentlige organisationer generelt set er gode til at kommunikere værdier i stedet for produkter, hvilket er en klar fordel i arbejdet med employer branding (Engelund & Buchhave, 2009, p. 243f). Omvendt udgør den kommunale organisationsstruktur ofte en udfordring for arbejdet med employer branding, idet der ofte er mange interessenter og beslutningsorganer, som skal rådføres, før en egentlig igangsættelse af processen kan effektueres.

Specialet *Løsning på kommunal rekrutteringsudfordring søges!* (Christensen, 2010) tager afsæt i, at der ikke findes en teoretisk og praktisk funderet tilgang til, hvordan offentlige institutioner i Danmark kan gribe arbejdet med employer branding an. Med udgangspunkt i en aktuell rekrutteringsudfordring af skoleledere til undervisningsområdet i Hjørring Kommune, udformes en kvalificeret teoretisk og praktisk tilgang til, hvordan arbejdet med kommunalorganisatorisk employer branding kan gribes an. I den forbindelse opstilles to forskningsspørgsmål; 1) Hvordan kan employer branding teoretisk kvalificeres ud fra et kommunikationsstrategisk perspektiv, så employer branding kan anvendes til skolelederrekruttering i undervisningsområdet i Hjørring Kommune? 2) Hvordan vurderer repræsentanter fra undervisningsområdet den teoretiske og lokale kvalificering af employer branding i forhold til deres kontekstforståelse? Besvarelsen af disse spørgsmål danner rammen om den følgende karakteristisk af kommunal brug af employer branding.

De teoretiske anskuelser af, hvad employer branding er og kan, er mange. I beskæftigelsen med kommunal employer branding skiller især én artikel sig ud fra mængden, nemlig *Conceptualizing and researching employer branding* (2004) af Backhaus og Tikoo. I artiklen tages afsæt i en række teoretiske marketing-og HR-perspektiver i bestræbelsen på at fremme forståelsen af deres opfattelse af



employer branding. For Backhaus og Tikoo er det afgørende at understrege, at employer branding skal betragtes og bruges som en samlende teoretisk og praktisk retning, der kan integreres og hjælpe organisationer til at skabe en stærk employer branding-strategi med et stærkt employer brand som følge heraf, hvilket atter viser tilbage til inspirationen fra Corporate Communication. Backhaus og Tikoo samt Hatch og Schultz (2009) understreger, at processen med at definere organisatorisk identitet er et centralt element for at tiltrække og fastholde medarbejdere. Dette skyldes, at organisatorisk identitet er resultatet af en intern kollektiv proces, hvilket bidrager til en intern selvforståelse, som kan bruges aktivt i den eksterne rekrutteringsproces. De interne og eksterne aspekter af employer branding repræsenterer således en interagerende funktion i kraft af samspillet mellem interne og eksterne forhold. Backhaus og Tikoo tilbyder et samlende bud på, hvordan employer branding kan danne et strategisk værktøj for organisationer i deres forsøg på at tiltrække og fastholde kvalificerede medarbejdere.

Ulempen ved deres anskuelser er imidlertid, at Backhaus og Tikoo kun gør brug af forskellige teoretiske perspektiver i deres analyse uden at underbygge deres studier med empiriske undersøgelser og belæg. Dette kan betragtes som en klar ulempe ved artiklen, som ellers forekommer teoretisk velfunderet.

I dansk sammenhæng har kun få teoretikere beskæftiget sig med employer branding, hvoraf endnu færre behandler aktualiteten og relevansen af kommunal employer branding. Henrik Engelund og Brit Buchhave angiver i *Employer branding som disciplin* (2009) kommunalreformen fra 2007, som den primære årsag til kommunal beskæftigelse med employer branding, idet de nye kommuner havde et behov for at skabe sig en ny samlende identitet og profil (Engelund & Buchhave, 2009, p. 209). Engelund & Buchhave giver i forlængelse heraf følgende definition af, hvad et employer brand er:

Et employer brand er en virksomheds varemærke som arbejdsplads og skabes af interne og eksterne interesser i dynamikken mellem virksomhedens identitet, profil og image som arbejdsplads (Engelund & Buchhave, 2009, p. 27).

Heraf fremgår det således, at der er tale om et komplementært fokus på relationen mellem interne- og eksterne aspekter, der tilsam-



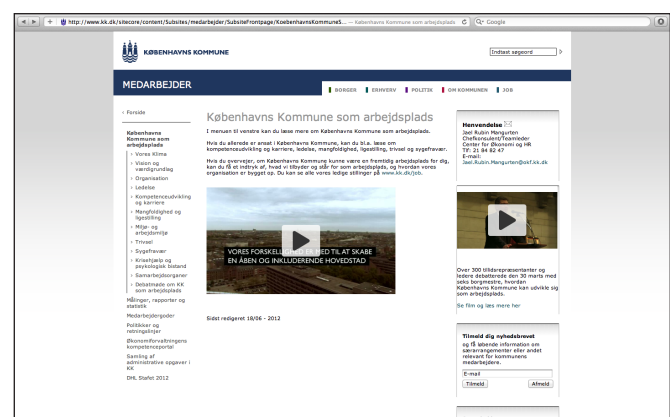
men tilbyder en samlende måde at anskue det organisationsstrategiske arbejde på. Det er dog interessant, at Engelund & Buchhave som så mange andre employer branding-teoretikere udelader at beskæftige sig specifikt med kommunernes praktiske anvendelse af employer branding i relation til deres unikke organisatoriske referenceramme. Det er således i fraværet af en såvel praktisk som teoretisk funderet kommunal tilgang til employer branding, at kvalificeringen tager sit afsæt.

Employer branding handler netop om at brande en virksomhed eller organisation med afsæt i medarbejdernes opfattelse og beskrivelse af arbejdspladsen. Det kan således umiddelbart forekomme paradoksalt, at Engelund & Buchhave henviser til kommunernes behov for at definere en ny identitet, en ny profil og et nyt image, som skal forankres top-down blandt medarbejderne. For hvis grundtankerne med employer branding om medarbejderinvolvering skal effektueres og efterlevs i den praktiske implementeringsfase af employer branding-strategien, må medarbejderne naturligvis indtages bottom-up i udviklingsfasen.

### Employer branding i den offentlige sektor: Københavns Kommune

Københavns Kommune har på deres hjemmeside<sup>2</sup> under overskriften "Københavns Kommune som arbejdsplads" tydeligt tilkendegivet, at de aktivt forholder sig til sig selv som arbejdsplads, og dermed til employer branding. Ved eksempelvis at ansætte Employer Brand Manager og medforfatter til bogen "*Employer branding som disciplin*" (2009) Brit Buchhave, fastslås kommunens orientering mod employer branding yderligere. I forlængelse heraf har kommunen udarbejdet et employer brand og uploadet en film på 1 minut og 58 sekunder, som har til formål at visualisere kommunen som arbejdsplads. Filmen har titlen "Mangfoldighedsfilm" og i tråd tankegangen i employer branding henvender siden sig såvel til ansatte som potentielt kommende ansatte ved kommunen.

Med henvendelse til potentielle medarbejdere vælger kommunen at



Figur 2

fokusere på, at Københavns kommunen er en "inkluderende arbejdsplads", mens de fremhæver temaer såsom "ledelse, trivsel og sygefravær" for de eksisterende medarbejdere. Den samlede henvendelse munder ud i "Mangfoldighedsfilmen" på 1 minut og 58 sekunder, der visuelt præsenterer forskellige medarbejdergrupper og fagområder inden for Københavns Kommune til tonerne af en opløftende melodi.



Figur 3

Af filmudklippene fremgår det således, at kommunen med præsentationen af en gående parkeringsvagt af etnisk herkomst i solskinsvejr på landet, en legende pædagogisk leder i sneen og en talende (dog uden reallyd) overborgmester, forsøger at afdække og afspejle kommunens mangfoldige medarbejdergrupper på en harmonisk og indbydende måde. Der er værd at notere sig, at der i filmen fokuseres på fagområderne fremfor personerne, idet de ikke præsenteres ved navn men derimod med titel. Dette er øjensynligt valgt for at fremme forståelsen af bredden af arbejdsområder i kommunen, så potentielle medarbejdere kan relatere deres faglighed til de viste arbejdsområder. Organisationsidentiteten er således tekstligt som visuelt centreret om paradigmet mangfoldighed.

Spørgsmålet er dog, hvorvidt denne mangfoldighed er med til at fremhæve det unikke ved netop Københavns Kommune, idet hovedparten af de danske kommuner kan antages at have såvel en parkeringsvagt, en pædagogisk leder samt en borgmester. Ganske vist er der en række indikatorer, som fremhæver, at det er Københavns Kommune, bl.a. har de fleste kommuner en borgmester, men som den eneste har København en overborgmester. Dette sammenholdt med billeder af København og enkelte fakta-bokse med information om antallet af ansatte ved kommunen mm., er med til at afgrænse og adskille Københavns Kommune fra andre danske

kommuner, uden dog at præsentere egentlige indholdsmæssige unikke træk ved kommunen som arbejdsplads. De præsenterede medarbejdere og fagområder tilskrives således heller ikke direkte værdier og personificering, som det er tilfældet ved Grundfos. Dog præsenteres fagområderne i flatterende omgivelser, som f.eks. parkeringsvagten, der kommer gående i landlige omgivelser med en grøn mark i baggrunden:



Figur 4

Det kan dog forekomme lettere komisk og forskønnende at præsentere parkeringsvagten gående i netop disse omgivelser, da de fleste arbejdsopgaver normalt foregår i bymiljøer. Omvendt kan denne komik bidrage til, at potentielle parkeringsvagter i Københavns Kommune netop tiltales af den visuelle præsentation, og dermed tiltrækkes af Københavns Kommune som arbejdsplads.

Overordnet set siger den generelle og lettere overfladiske præsentation af kommunen i realiteten ganske lidt om ganske meget. Men med begrebet mangfoldighed som omdrejningspunkt forekommer dette forventeligt. Essensen af hvad Københavns Kommune er og kan, er grundlæggende så bredtfavnende, at der i realiteten ikke er tale om en egentlig essens, men derimod en række buzzwords og titelbetegnelser, der samlet set har til formål at ramme og rumme flest muligt, hvilket ligeledes ofte er tilfældet ved eksempelvis bybranding og Corporate Communication. Skulle kommunen have fremlagt en mere målrettet employer branding-film om kommunen, kunne kommunen have overvejet at opdele og adskille de forskellige arbejdsområder i grupper, for dernæst at udarbejde flere og mere vedkommende filmpræsentationer. På den måde kan det tænkes, at kommunen ville nå flere personer i den enkelte målgrupper og dermed skabe grundlaget for en bedre kontaktflade med de ønskede kommende medarbejdere. Dette vil øjensynligt ske på bekostning af et samlet helhedsbillede af Københavns Kommune som arbejdsplads, men omvendt skal en kommende ansat ved kommunen ikke arbejde ved den samlede københavnske kommune, men derimod ved en lokal arbejdsplads i kommunen, hvorfor en mere afgrænset og fokuseret præsentation havde været mere fordelagtig.

## Afrunding

Artiklen blev indledt med at sætte employer branding i relation til corporate communication og organisationskommunikation i et historisk perspektiv, som blev koblet sammen med udviklingen på arbejdsmarkedet og generation Y's værdier. Employer branding blev illustreret med eksempler fra det private erhvervsliv og den kommunale sektor. Analyserne af de to cases viser, at kommunikationen har meget tilfældes med de problemer og selvmodsigelser, som Corporate Communication og Corporate Branding har; nemlig at profilen helst skal være rummelig og bred, så idealet om en unik kommunikation og profil ender i generelle og luftige formuleringer, ingen kan være uenige i, men som omvendt heller ikke siger noget unikt om organisationen, kulturen og jobbet, som er forskelligt fra andre lignende jobs, kulturer og organisationer. Derved risikerer employerbrandingstrategier at blive for generelle og dermed intetsigende. Et andet påtrængende spørgsmål er, hvorvidt holdninger, kultur og værdier i employer branding svarer til det, man kan opleve internt som ansat i organisationen. Dette er en kendt akilleshæl i employer brandings og corporate communication, at man traditionelt har haft for lidt fokus på de interne processer i forbindelse med ekstern profilering. Hvis espoused values sprogligt og visuelt ikke svarer til theories-in-use i den interne kultur og virkelighed, bliver virksomheden utroværdig, får et negativt image og problemer med at tiltrække og fastholde medarbejdere. Derfor er det afgørende vigtigt, der er sammenhæng mellem intern og ekstern kommunikation. Det kræver, at de ansatte og interessenter inddrages interaktivt i dialoger om værdier samtidig med at værdierne skal flugte de ansattes egne værdier. Heri ligger samtidig risikoen for manipulation og persuasiv kommunikation, som forsøger at overtale og pådutte de ansatte værdier og en kultur, de ikke kan genkende sig i og derfor tager afstand fra. Det stiller krav om dialog, deltagelse og sammenhæng mellem kultur, identitet og image samt en løst koblet organisation, så ansatte har mulighed for at være med til at præge rammerne og handle myndigt på organisationens vegne inden for fællesskabets rammer. Således kan et internt udgangspunkt i de ansattes værdier, kultur og fællesskab måske give muligheden for at formulere værdier, som reelt er troværdige og unikke for organisationen og dens interessenter, dermed også for potentielt nye medarbejdere. Det fordrer et skift til et socialkonstruktivistisk dialogisk emergent skabende organisations- og kommunikationsparadigme, hvor relationen mellem organisation, ansatte og interes-

senter udvikles gennem dialogisk kommunikation i dynamiske processer over tid i sammentænkningen af employer branding i perspektivet HRM, CSR og Corporate Branding.

### Noter

- 1 <http://net.grundfos.com/doc/webnet/job/dk/nolimits/job.html>
- 2 <http://www.kk.dk/sitecore/content/Subsites/medarbejder/SubsiteFrontpage/KoebenhavnsKommuneSomArbejdsplads.aspx>

### Referencer

- Aggerholm, H.; Andersen, S.E.; & Thomsen, C. (2011): Conceptualising employer branding in sustainable organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 16,2, pp. 105-123.
- Argyris, C. and D. Schön (1996). *Organizational learning II – Theory, Methods, Practice*. Addison-Wesley: Reading, Massachusetts.
- Backhaus, K and S. Tikoo (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Journal of Career Development International*. Vol. 9, No 5. 501-517. Emerald Group Publishing Limited.
- Balmer, J. M. T. (2006). Corporate Marketing. Integrating corporate identity, corporate branding, corporate communications, corporate image and corporate reputation. *European Journal of Marketing*, Vol. 40, No 7/8. Emerald Group Publishing Limited.
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. Sage: New Delhi.
- Buhl, C. (1991). The Consumer's Ad: The Art of Making Sense of Advertising. I Larsen, H. m.fl. (red.) *Marketing and Semiotics. Selected Papers from the Copenhagen Symposium*. Handelshøjskolens Forlag: København, pp. 104-127.
- Burr, V. (2003), *An Introduction to Social Constructivism*. Sage: London.
- Cheney, G.; L. T. Christensen; C. Conrad and D. J. Lair (2004). Corporate Rhetoric as Organizational Discourse. I Grant, D. m.fl. (red.), *Handbook of Organizational Discourse*. Sage Publications: London, pp. 79-103.
- Christensen, B. R. (2010): *Løsning på kommunal rekrutteringsudfordring søges!* Specialeafhandling. Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet.
- Christensen, H. S. (2007). Plan B gavner mindre og mellemstore virksomheder. *Erhvervsbladet*. 27.10.07.
- Christensen, L. T. (2003). *Markedskommunikation som organiseringsmåde. En kulturteoretisk analyse*. Akademisk Forlag: København.

- Christensen, L. T. og M. Morsing. (2005). *Bag om corporate communication*. Samfundslitteratur: Frederiksberg.
- Christensen, L. T. og M. Morsing. (2010). "Corporate communication – mellem styring og fleksibilitet". I H. Merksens (red.), *Håndbog i strategisk public relations*. 1. udg. Samfundslitteratur: Frederiksberg, pp. 47-66.
- Deetz, S. (2001). Conceptual Foundations. In Jablin, F. & Putnam, L. *The New Handbook of Organizational Communication*. Sage: London.
- Engelund, H. og B. Buchhave. (2009). *Employer Branding som disciplin*. Samfundslitteratur: Frederiksberg.
- Foster, C., Punjairi, K. and Cheng, R. (2010). Exploring the relationship between corporate, internal and employer branding. *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 19 No. 6, pp. 401-9.
- Frimann, S. og A. Horsbøl. (2008): "Integreret kommunikation på sygehuse". I Alrø, H. og S. Frimann (red.). *Kommunikation og organisationsforandring*. Serie om Interpersonel Kommunikation i Organisationer nr. 10. Aalborg Universitetsforlag: Aalborg.
- Giddens, A. (1996): *Modernitet og selvidentitet*. Hans Reitzel: København.
- Hatch, M.J. and M. Schultz, (2003). Bringing the corporation into corporate branding. *European Journal of Marketing*, Vol. 37 Nos 7/8, pp. 1041-64.
- Højbjerg, Lennart (red.) (1994). *Reception af levende billeder*. Akademisk Forlag: København.
- Kotler, P. (1991). *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 7<sup>th</sup> ed. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, N.J.
- Kress, G. and T.van Leeuwen. 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Oxford University Press: Oxford.
- Li, C. and J. Bernoff (2011). *Groundswell*. Forrester Research, Inc.: Cambridge MA.
- Lodberg, R. (2010). "Employer branding. På opdagelse i en ny branding-disciplin". I H. Merksens (red.), *Håndbog i strategisk public relations*. 1. udg. Samfundslitteratur: Frederiksberg, pp. 157-178.
- Lotman, J. (1977). Two Models of Communication. In: Lucid (ed.). *Soviet Semiotics: An Anthology*. The John Hopkins University Press: London, pp. 99-101.
- Marchand, R. (1998). *Creating the Corporate Soul. Rise of Public Relations and Corporate Imagery in American Big Business*. The University of California Press: Berkeley.
- Moroko, L. and M. D. Uncles (2008). Characteristics of successful employer brands. *Brand Management*. Vol. 16/3, pp. 160-175.



- Riel, C. B. M. van (1995): *Principles of Corporate Communication*. Prentice Hall: London.
- Schultz, M.; M. J. Hatch and M. H. Larsen (2000). Scaling the Tower of Babel: Relational Differences between Identity, Image, and Culture in Organizations. In: Schultz, M.; M. J. Hatch and M. H. Larsen (eds.). *The Expressive Organization. Linking Identity, Reputation and the Corporate Brand*. Oxford University Press: Oxford.
- Stigel, J. og S. Frimann (2007). "Bybranding - brænder byer igennem?" i *Nordicom Information* 1/2007, pp. 79-95.
- Taylor, J.R. and E. J. Van Every, (2000). *The Emergent Organization: Communication as its Site and Surface*. Lawrence Erlbaum, Mahwah: New York.



## Musik til shoppere

En empirisk undersøgelse af kunders opfattelse af butikmusik

**Christina Ranum (CR)** f. 1986. Cand. mag. i musik og kommunikation fra AAU, hvor CR særligt har beskæftiget sig med musiks virkning og med musik som kommunikation: "Lyden af konsumtion – musik som kommunikation i tøjforretninger" (2010, upubliceret). Siden har CR arbejdet som bl.a. key managing assistant/PA ved it-firmaet LeasingBørsen.dk ApS og som fuldmægtig ved Klima-, Energi- og Bygningsministeriet.

**Nicolai J. Graakjær (NJG)** f. 1972. professor (mso) og vidensgrubeleder ved AAU. NJG har forskningsmæssigt beskæftiget sig med socialpsykologi og æstetik i medieformidlet kommunikation mshp lyd og musik. NJG har blandt andet udgivet antologien *Music in advertising* (2009, sammen med Christian Jantzen på Aalborg University Press) og monografien *Musik i tv-reklamer – Teori og analyse* (2011, på Samfundslitteratur).

### Abstract

Butikker oplever i stigende grad et behov for branding. Musik kan spille en afgørende rolle i den forbindelse, og hidtidige studier har indikeret, at musik kan skabe stemninger, betydninger og ligefrem påvirke forbrugeres produktvalg. Studierne har imidlertid været præget af en overvejende kvantitativ, eksperimentel tilgang, og der findes ingen uafhængige forskningsstudier af butikmusik i en dansk kontekst. Denne artikel supplerer således den eksisterende forskning ved at undersøge betydningen af butikmusik i en dansk kontekst under inddragelse af kvalitative metoder. Med reference til et udvalgt butiksmiljø (stormagasinet Salling i Aalborg) præsenterer, diskuterer og perspektiverer artiklen resultatet af 126 'exit-interviews' samt en mere dybdegående fokusgruppeundersøgelse.

## Indledning

Butikker oplever i stigende grad et behov for at brande sig. Butikker skal gerne markere sig i kundernes bevidsthed som særlige og bedre end konkurrenterne, og butikker skal forsøge at tiltrække ellers fortravlede og i stigende grad e-handelsorienterede kunder. Musik kan spille en væsentlig rolle i forbindelse med at tiltrække og stemningssætte kunder, og der er da stort set heller ikke den butik eller det stormagasin i dagens Danmark, der, med respekt for sig selv og sine kunder (samt ansatte), ikke spiller musik. Musikken er måske ikke altid lige velovervejet og vellykket, men den hidtidige forskning på området indikerer under alle omstændigheder, at musik har betydning for kunders (og ansattes) oplevelser, holdninger og adfærd.

Forskningen inden for området vinder frem i løbet af 1980'erne. Butikmusik er ganske vist ikke på det tidspunkt et nyt fænomen (se fx Tyler, 1992), men det er i løbet af 1980'erne, at butikmusik bliver vidt udbredt og behovet for viden om dens virkning for alvor begynder at trænge sig på. Bruner 1990 repræsenterer et tidligt og dagsordenssættende review af den hidtidige, kvantitativt orienterede forskning inden for marketing, forbrugeradfærd og (musik)psykologi. En fællesnævner for disse studier er, at de undersøger effekten af en uafhængig variabel (noget der har med musikken at gøre; fx dens stilart, tempo og styrke) på en afhængig variabel (noget der har med forbrugerrespons at gøre, fx varevalg, varighed af ophold i butik og holdning til butik), og forbrugerresponsene indsamles typisk via lukkede, skemabaserede observationer og spørgsmål. Aktuelt eksisterer der over et halvt hundrede af sådanne studier (for yderligere reviews se fx North & Hargreaves, 2006; Graakjær, 2007 og Jain & Bagdare, 2011).

Kvantitativt orienterede tilgange har domineret forskningen om butikmusik, og non-kvantitative studier findes kun sporadisk inden for især sociologi og musikologi. Sidstnævnte forskning er overordnet karakteriseret ved, på baggrund af forskellige varianter af tekst-, struktur- og diskursanalyser, at undersøge musikforekomster i mere eller mindre specificerede butiksmiljøer og derudfra diskutere musikens funktioner og tænkelige kundeoplevelser (se fx MacLeod, 1979; Radano, 1989; Sterne, 1997; Kassabian, 2001 og Graakjær, 2012). En variant af denne forskning har haft en eksplicit kritisk tåning, og det er for eksempel blevet postuleret, at butikmusik bidrager til at forringe den musikalske receptionsevne samt til at tilsløre kapitalistiske interesser og fremmane inhumane relationer og dominans-

former (se fx Fehling, 1980; Jones & Schumacher, 1992 og Groom, 1996). Vi abonnerer ikke på sådanne postulater, og vi vender os i stedet mod at tilvejebringe empirisk – herunder kvalitativt – baserede indblik i faktiske kunders oplevelser og opfattelser.

Empirisk baserede kvalitative studier er i øvrigt sjældne. DeNora & Belcher (1999) repræsenterer et af de få væsentlige studier i en udenlandsk kontekst, og her undersøges kunders opfattelser og oplevelser med butikmusik via partciperende observation og interviews (for andre kvalitativt orienterede studier af butikmusiklignende fænomener se fx Forsyth & Cloonan, 2008). I en dansk kontekst findes der, så vidt vi er orienterede, ikke empirisk baserede, uafhængige forskningsstudier af butikmusik, om end der findes enkelte upublicerede empirisk baserede universitetsopgaver såsom Graakjær (1997) og Ranum (2010), hvoraf vi i denne artikel især trækker på sidstnævnte.

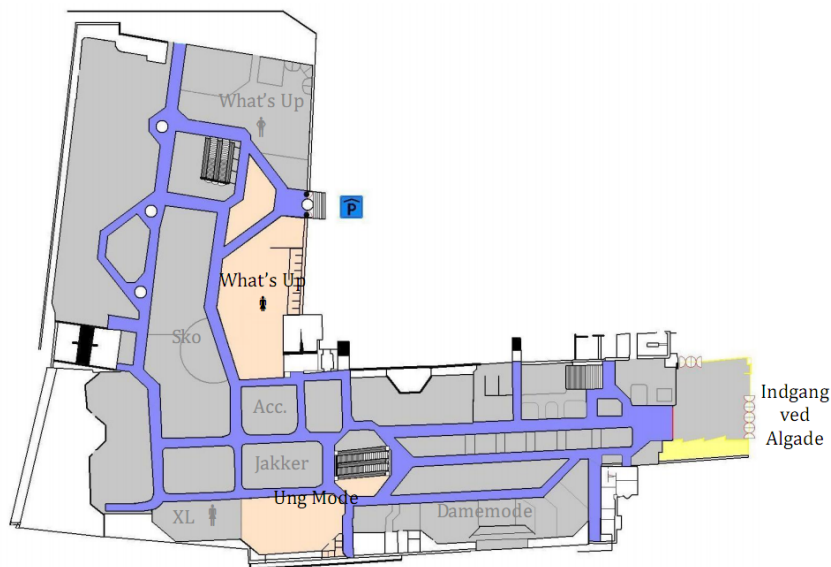
På baggrund af denne forsknings(s)tilstand, er det i nærværende artikel vores ærinde at supplere den dominerende kvantitativt orienterede forskning om butikmusik i udenlandske kontekster med et empirisk orienteret studie, der orienterer sig om en dansk kontekst, og som involverer kvalitative metoder. Via relativt åbne respondent-kontakter – i form af en række 'exit-interviews' og en fokusgruppeundersøgelse – vil vi specifikt søge svar på følgende hovedspørgsmål: Hvorvidt er kunder i en butik opmærksomme på musik, og hvordan opfatter og 'bruger' de den pågældende musik? Vores undersøgelse er især inspireret af førnævnte DeNora & Belchers (1999) studie, og vi tilslutter os overordnet den teoretiske grundpræmis (se også DeNora, 2000), at musik repræsenterer en resurse, som butikker kan trække på i forbindelse med at skabe rammer for forbrug, og som kunder trækker på – og trækkes med – i forhold til for eksempel at skabe mening, komme i stemning og orientere sig adfærdsmæssigt i butikken.

I det følgende præsenterer vi først præmisserne for vores empiriske undersøgelse. Dernæst præsenterer vi de væsentligste resultater disponeret ud fra de fire hovedtemaer, som har været guidende i exit-interviewene, og som fokusgruppeundersøgelsen også har orienteret sig om. Slutteligt diskuterer vi, hvad resultaterne mere generelt og principielt kan siges at være udtryk for, og vi giver forslag til yderligere forskning på området og perspektiverer kort undersøgelsens relevans til beslægtede temaer og teorier.

## Metode

Vi finder vores respondenter blandt kunderne i stormagasinet Salling, som ligger centralt i Aalborg Centrum. Salling består på undersøgelsestidspunktet bl.a. af en fødevareafdeling, en skoafdeling, en parfumeafdeling samt forskellige tøjafdelinger for begge køn i alle aldre. Salling har en relativ stor gennemstrømning af kunder og anvender musikzoning – det vil sige forskellig musik i nogle af stormagasinet afdelinger – hvilket giver os mulighed for at undersøge betydningen af forskellige forekomster af musik (tidligere studier har indikeret, at musikzoning kan have afgørende betydning for kunders oplevelser, humør og holdning til varerne (se fx Yalch og Spangenberg, 1993).

Vi har valgt at fokusere på tøjafdelingerne What's Up og Ung Mode for kvinder. Figur 1 viser en oversigt over placeringen af de to afdelinger på Sallings Algade-etage.



Figur 1: Plantegning over Sallings Algade-etage og placeringen af de to afdelinger.

De to tøjafdelinger er forsøgt målrettet til henholdsvis et ungt publikum (What's Up-tøjet retter sig mod de ca. 13-20 årige) og et lidt mere modent publikum (Ung Mode-tøjet henvender sig til de over 20-årige). Afdelingerne har således to forskellige udtryk baseret på forskelle i bl.a. musikken, den måde ekspedienterne henvender sig

til og interagerer med kunderne, og den måde tøjet er anrettet på (jf. figur 2).

	<b>Ung Mode</b>	<b>What's Up</b>
Tøjpræsentation	Enkelt og stilet. Tøjet ligger pænt foldet på borde og hylder	Lidt rodet og råt. Tøjet ligger 'smidt' hen over træpaller, og der er jeans-tema (jeans på tørresnor, i søjler og stole med 'jeans-betræk')
Ekspedienter	Kvinder over 35, som hovedsageligt befinder sig bag kassen. Taler lavmælt til kunderne og hinanden	Kvinder under 30, som befinder sig i nærheden af kassen eller rydder op. Taler med høj lydstyrke til kunderne og råber evt. til hinanden på tværs af afdelingen
Musikkilde	VIP-kanalen fra Mood Media	Vh1, som samtidigt vises på en tv-skærm
Musikformidling	Lydstyrken er relativ svag (stemmen skal ikke hæves for at føre en normal samtale)	Lydstyrken er relativ kraftig (stemmen skal hæves for at føre en normal samtale)
Musiknumre (eksempler)	Celine Dion: <i>My Love</i> (2008) Christina Aguilera: <i>The Voice Within</i> (2003)	Medina: <i>Ensom</i> (2009) Cheryl Cole: <i>Fight for this love</i> (2009) Train: <i>If it's love</i> (2010) Beduin Soundclash: <i>Walls fall down</i> (2007)
Musiktype	Overvejende slow-tempo popballader	Overvejende up-tempo pop, rock, dance

Figur 2: Oversigt over udvalgte forskelle og ligheder mellem 'Ung mode' og 'What's Up' i Salling.

Den empiriske undersøgelse indledes med 126 exit-interviews foretaget på én dag over en periode på ca. fem timer, og de enkelte interviews har gennemsnitligt varet syv minutter. Alle respondenter bliver oplyst om, at interviewet vil omhandle deres oplevelse af det netop overståede ophold i Salling. De svarer på den samme håndfuld grundspørgsmål (se mere neden for), som bliver suppleret med opfølgende spørgsmål (inspireret af Kvale & Brinkmann, 2009, p. 151f) efter behov. Den høje grad af strukturering af interviewene muliggør, at vi kan kategorisere og kvantificere svarene (Kvale & Brinkmann, 2009, p. 225ff), hvorved exit-interviewene får survey-karakter.

Respondenterne er valgt blandt Sallings kvindelige (inspireret af DeNora & Belcher 1999) kunder, som netop er kommet ud af Salling, og som under sit ophold har været i What's Up og/eller Ung Mode. Vi har i denne undersøgelse ikke inddraget spørgsmålet om, hvorvidt den interviewede respondent er bekendt med Salling, eller i hvor lang tid den enkelte har opholdt sig i Salling den pågældende dag (se fx Smith & Curnow, 1966 for undersøgelse musikkens rolle i forhold til sidstnævnte spørgsmål). Vi interviewer kunderne foran Sallings indgang ved Algade (jf. figur 1) og står dermed et sted, hvor respondenterne ikke længere kan høre musikken. Således er det respondenternes hukommelse – eller mangel på samme – for det netop overstående ophold i Salling, der undersøges.

Efter gennemførelsen af exit-interviewene har vi gennemført en fokusgruppeundersøgelse. Den har fundet sted tre uger senere og har samlet set varet over en periode på ca. tre timer. Vores fokusgruppeundersøgelse fokuserer på at opnå en, i forhold til de gennemførte exit-interviews, dybere indsigt og forståelse for nogle af de svartendenser, som viser sig i exit-interviewene. Vi ønsker herved at få en indikation af, hvorvidt de 'musik-asykroner og -fjerne' responser udenfor Salling korresponderer med 'musik-synkroner og -nære' responser inde fra Salling.

Vi har udvalgt fire kvinder, som vi dels observerer i forbindelse med en slags *walk-and-talk-seance* – det vil sige at en af os går rundt med dem i Salling og inspirerer dem til at tænke højt om deres umiddelbare oplevelser – og dels interviewer i forbindelse med et semistruktureret gruppeinterview. Også dette initiativ er inspireret af DeNora & Belcher (1999), som dog beder deres fokusgruppe afrapportere oplevelserne til en båndoptager, mens de går rundt i butikken – de fører så at sige 'auditiv dagbog' og interviewer sig selv.

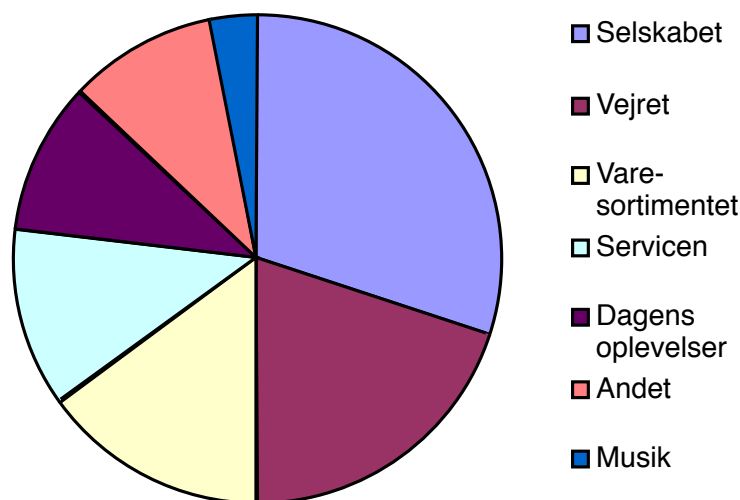
Fokusgruppeundersøgelsen involverer fire kvinder, som ikke har været respondenter i forbindelse med exit-interviewene. Et væsentligt kriterium for valg af netop disse kvinder har været, at de er venner, der har erfaring med at shoppe sammen. Dette er i øvrigt en ret udbredt praksis ifølge erfaringerne fra både DeNora & Belcher (1999) og vores interviewundersøgelse, hvor 77 % af kvinderne angiver, at de shopper sammen med andre for den sociale hyggeskyld. De fire kvinder kender på forhånd den af os, der går med dem, som 'kommunikationsstuderende' og bortset fra, at fokusgruppen under observationen ikke går i prøverum for at prøve tøj, repræsenterer kvindernes ophold en relativ almindelig shopping-seance.

De fire kvinder er ikke oplyst om, at undersøgelsen specifikt omhandler musik. Vi har, i stil med oplysningen til de tidligere interviewede respondenter, oplyst, at undersøgelsen omhandler deres 'oplevelse af at opholde sig i Salling'. De fire kvinder er først blevet ledt i Ung Modeafdelingen, og siden bevæger de sig på eget initiativ over i What's Up-afdelingen. Her stopper observationsdelen efter ca. 30 minutter, da de fire kvinder har rørt, set og købt tilstrækkeligt med tøj. Interviewdelen foregår umiddelbart efter i Sallings kantine og varer godt to timer.

Vi vil i det følgende fremstille hovedresultaterne af den empiriske undersøgelse (empirien i sin helhed er afrapporteret i Ranum, 2010, pp. 86-157). Fremstillingen er disponeret i fire hovedafsnit, som korresponderer med fire hovedtemaer i exit-interviewene, og i hvert hovedafsnit supplerer vi med indsigter fra fokusgruppeundersøgelsen.

### Musik og humør

Vi indleder exit-interviewene med at spørge til kundens humør under det netop overståede ophold i Salling ('Hvordan var dit humør i Salling?') og til kundens begrundelse herfor ('Hvad tror du, det skyldes?'). Mens det første spørgsmål besvares med overvejende reference til et positivt humør (ca. 80 % har været 'glade', 'godt tilpas', eller 'følt sig behagelige'), så spiller musikken for langt de fleste ingen eksPLICIT rolle i begrundelsen for det beskrevne humør: Kun ca. 3 % (4 ud af de 126 interviewede) refererer til musik som begrund-



Figur 3: Oversigt over hvad kunderne anfører som årsag til deres humør.



delse for deres humør. I det hele taget er der kun få referencer til Sallings 'atmospherics' (Kotler, 1973/74) – det vil sige dens auditive og visuelle 'arkitektur' – og de to hyppigste begrundelser for kunders humør er med 30 % 'selskabet' og med 20 % 'vejret' (jf. figur 3). Førstnævnte indikerer i øvrigt udbredelsen af den omtalte hyggesociale shoppepraksis.

Mens musik ikke står tydeligt på dagsordnen for de interviewede respondenter, kommer musik derimod hurtigt på dagsorden under fokusgruppens *walk-and-talk-seance* med de fire respondenter. Allerede knap to minutter inde i observationen nævner Tine (der, som de øvrige kvinder i fokusgruppen, optræder under pseudonym) småbebrejdende, med henvisning til musikken, at Ung Mode er en "dæmpet og rolig dameafdeling", og at hun gerne vil over i What's Up-afdelingen, hvor musikken forventeligt er anderledes – et udsagn, som i øvrigt illustrerer, at Tine har forhåndskendskab til Salling og dens sektionerede musikformidling.

I fokusgruppeundersøgelses interviewdel er der relativ stor opmærksomhed om musikkens forbindelse til fokusgruppens humør. Det hænger sammen med, at interviewet i vid udstrækning kommer til at omhandle fokusgruppens erfaringer med selvvalgt musik i også private kontekster. Fx angiver Louise, at hendes musikvalg i det daglige afhænger af, hvilket humør hun er i eller gerne vil være i. Fokusgruppen angiver desuden, at de bruger musik som en slags psykologisk renselse, og at musik kan fremmane associationer og hukommelse samt hjælpe med at bringe orden i tanker og følelser (for lignende empiriske fund se fx DeNora, 2000; Sloboda & O'Neill, 2001 og Bull, 2007).

### Musik og opmærksomhed

Vi fortsætter exit-interviewene med at spørge specifikt ind til kundens opmærksomhed under opholdet på Algadetagen ('Hvad var det første, du lagde mærke til?'). Også på dette spørgsmål spiller musikken en perifer rolle, og faktisk er der ingen, der eksplicit nævner musik. Kunderne refererer dog bemærkelsesværdigt hyppigt – ca. 26 % – til parfumeduft. Det hænger muligvis sammen med, at parfumeafdelingen ligger netop ved indgangen ved Algade, og at interviewet foretages få sekunder efter, at kunden har forladt netop denne afdeling. Ud over parfumeduft refererer respondenterne typisk til Sallings varesortiment (ca. 25 % svarer 'tøj') eller indretning (fx henviser ca. 20 % til 'tilbudsøen/standen uden for døren').

I fokusgruppeundersøgelsen fokuserer fokusgruppen på forskellene mellem Ung Mode og What's Up, og under observationen kommenterer de både indretningen, tilstedeværelsen af ekspedienterne og musikken. Fokusgruppen tager tidligt i observationen afstand fra Ung Mode, og Nanna anfører fx fnisende, at Ung Mode er en dameafdeling (jf. Tines kommentar nævnt oven for). Nanna henviser til Ung Mode-afdelingens ekspedienter som "gamle gråhårede damer", og hun ser dem som en slags legemliggørelse af afdelingens typiske kundetyper (som faktisk viser sig at kunne falde ind under den nævnte karakteristik). Nanna føler sig tydeligvis ikke som en potentiel kunde i Ung Mode.

Fokusgruppens opfattelse af Ung Mode som afdæmpet og rolig understøttes foruden musikken, af fokusgruppens oplevelse af øvrige inventarkendetegn, der bliver betegnet som "ensfarvet", "mindre frisk", "mindre rodet" og "tæt" samt "mere overskuelig" i forhold til What's Up. Disse kendetegn mener fokusgruppen får afdelingen til at fremstå stilet og med et "upperclass"-præg.

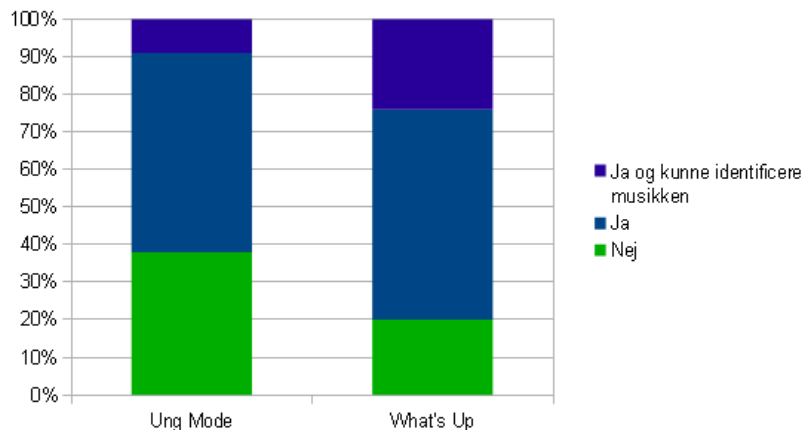
What's Up bliver af fokusgruppen betragtet som en ungdomsafdeling, og under observationen hæfter den sig især ved de yngre ekspedienter, den rodede indretning, jeans-teamet (jf. figur 2) og musikken. Under observationen italesætter fokusgruppen også musikken, som afgørende for forskellen mellem Ung Mode og What's Up (jævnfør Tines betragtning nævnt oven for). I interviewdelen fortæller Tine, at hun synes, musikken passer fint til Salling, og at det virker gennemtænkt, at musikken skifter genre afhængig af afdelingen.

I fokusgruppeundersøgelsen retter fokusgruppen altså med det samme dens opmærksomhed mod Sallings 'atmosphærics' og beskriver afdelingernes samlede stemning og forskellighederne mellem afdelingerne. Musikken spiller i den forbindelse en rolle, men det er tydeligt, at musikken opleves i et samspil med den øvrige butiksideindretning. Når musikken opfattes som "afdæmpet" i Ung Mode, så hænger det fx sammen med oplevelsen af den visuelle indretning og ekspedienternes fremtoning.

### **Musik og hukommelsen af den**

Nu spørger vi i exitinterviewene specifikt ind til musikken. Vi spørger dels ind til kundens hukommelse af den ('Var der musik i Ung Mode / What's Up under dit ophold?') dels ind til kundens genkendelse af den ('Kunne du genkende musikken?'). I forbindelse med det første spørgsmål er der en relativ høj og sikker grad af hukommelse af til-

stedeværelsen af musik, når kunderne bliver adspurgt direkte: ca. 80 % af de kunder, som har opholdt sig i What's Up og 62 % af de kunder, som har opholdt sig i Ung Mode, svarer ja til, at der var musik (resten svarer nej). Hvad angår det andet spørgsmål kan ca. hver fjerde (24 %) af de 80 % identificere mindst et af de afspillede numre fra What's Up-afdelingen, mens ca. hver tiende (9 %) af de 62 % kan gøre det sammen i forhold til Ung Mode-afdelingen (jf. figur 4).



Figur 4: Oversigt over kundernes hukommelse af musikken.

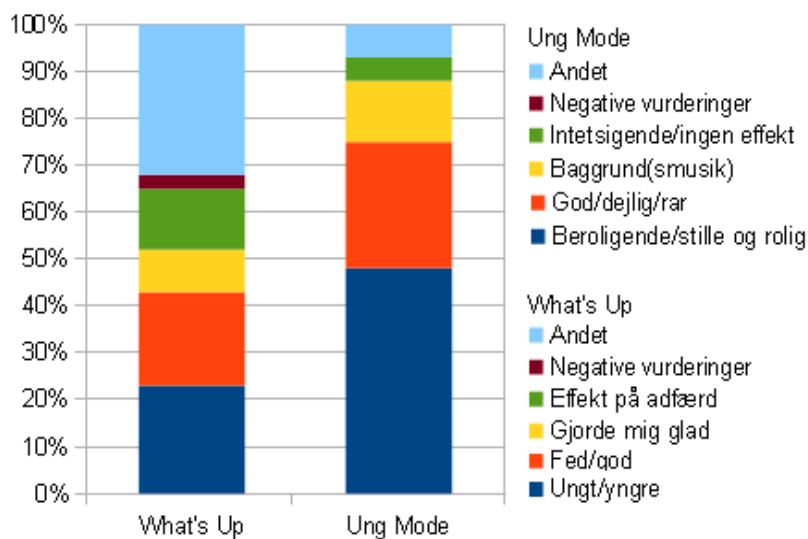
I fokusgruppeundersøgelsens interview genkendes musikken fra opholdet i Salling i tydelig grad hvad angår What's Up – her kan fokusgruppen nævne tre ud af fire – og i mindre grad hvad angår Ung Mode – her kan fokusgruppen nævne én ud af to. Fokusgruppen lægger særligt mærke til nummeret *Ensom* af Medina, som de synger med på og kommenterer under observationen i What's Up.

I gruppeinterviewet udtrykker fokusgruppen i øvrigt, at de ofte befinder sig i kontekster (for eksempel på cafeer, diskoteker og i tøjbutikker) med musik, som de efterfølgende ikke kan genkalde sig. Nogle i fokusgruppen har endda oplevet, at de i en given situation kan have en sang i hovedet og synge med på den – dette observerer vi også, se neden for – uden at lægge mærke til, hvilken sang det er. Hvis sangen "sætter sig fast" og aktiveres i bevidstheden i en periode efter den givne situation, kan den dog typisk godt genkendes.

### Opfattelsen og 'brugen' af musik

Afslutningsvist spørger vi i exit-interviewene yderligere ind til musikken i forhold til de kunder, som har svaret ja til, at der var musik i

henholdsvis Ung Mode og What's Up. Vi spørger konkret til kundens umiddelbare opfattelse af musikkens tilstedeværelse og effekt ('Hvilken effekt synes du musikken havde?'). Kunder, som refererer til Ung Mode-afdelingen, fremhæver især musikkens effekt som 'beroligende / stille og rolig' (ca. 48 %), 'god / dejlig / rar' (27 %) og karakteriserer den som 'baggrund(smusik)' (ca. 13 %). Der optræder ingen entydigt negative vurderinger, men ca. 5 % anfører dog, at musikken er 'intetsigende' eller 'ikke har nogen effekt på mig'. Kunder, som refererer til What's Up, fremhæver, at musikken symboliserer noget 'ungt / yngre' (ca. 23 %), at den er 'fed / god' (ca. 20 %) og at den 'gjorde mig glad' (9 %). Derudover er det bemærkelsesværdigt, at der i nogen grad optræder negative vurderinger – 'dårlig musik', 'det er larmende, jeg kan ikke tænke' og 'det er ikke noget for mig' (ca. 3 %) – og at flere kunder fremhæver, at musikken har en effekt på deres adfærd: ca. 10 % 'sang med' og ca. 3 % anfører, at musikken er 'godt at gå til' (jf. figur 5).



Figur 5: Oversigt over kundernes opfattelse af musikkens tilstedeværelse og effekt.

Fokusgruppen reflekterer en del over tilstedeværelsen, karakteren og betydningen af musikken i Salling. I forhold til musikken i Ung Mode er fokusgruppen generelt enige om, at musikken er med til at gøre afdelingen mere afdæmpet og rolig pga. musikkens "lette og afslappende karakter". Disse oplevelser understøttes i øvrigt af ob-

servationen, da fokusgruppen nærmest hvisker til hinanden under opholdet i Ung Mode – det er som om, afdelingen inviterer til af-dæmpet interaktion.

Fokusgruppen anfører, at musikken i Ung Mode er "radiohits", som alle kender, og som fokusgruppen godt kan lide – den er stille og rolig og opdateret. Hertil pointerer Mette, at hun synes, musikken er godt sammensat, da den både falder i ældres og unges smag. Det viser sig da også, at Louise netop hører den type musik, som hun betegner som "...god musik uden at det så'n er alt for vildt, så'n lidt stille og roligt", derhjemme normalt. Det er dog karakteristisk, at fokusgruppen, ikke ønsker at opholde sig længe i afdelingen, selv om de godt kan lide musikken i afdelingen.

Musikken i What's Up karakteriseres som "rimelig mainstream", og den er ifølge fokusgruppen med til at gøre afdelingen ungdommelig. Mette udtaler fx, at der spilles "sådan lidt ungdomsmusik eller sådan noget, lidt mere gang i det", hvilket hun mener giver en "frisk stemning" i forhold til Salling i øvrigt. Disse oplevelser understøttes i øvrigt af observationen af, at fokusgruppen nærmest råber hen over den relativt kraftige musik, når de udveksler holdninger til tøjet – det er som om, afdelingen inviterer til en mere uforknyttet interaktion. Louise nævner, med relation til denne observation, tv-skærme med musikvideoer med blandt andet Medina, som hun ikke mener, ville blive afspillet i Ung Mode. Medinas musik får generelt fokusgruppen til at associere til Jomfru Ane Gade i Aalborg, og til at tage i byen og feste. Dermed giver musikken fokusgruppen associationer til et typisk sted, hvor tøjet skal anvendes og stå sin prøve. En sådan association indikeres også af, at fokusgruppen undertiden giver musikinspireret lyd – det vil sige: synger, nynner, mumler rytmer og klapper sig let på lårene – og smådanser i form af momentvise vrik med skulderen og hovedet samt taktfaste trin, vende- og drejebevægelser. I øvrigt lægger vi under observationen mærke til, at der blandt de andre kunder i afdelingen foregår (af)prøvning af tøj ved at danse mere indgående til musikken med tøjet på (eller udholdt foran sig) foran spejle og hinanden.

Under interviewet kommer fokusgruppen også ind på musik i butiksmiljøer mere generelt. Fokusgruppen fører bl.a. en negativt tonet diskussion af, hvordan musikken i butikken evt. kan "indlejre sig i underbevidstheden" og måske "hjernevaske kunderne" til at handle på en bestemt måde. I forhold til andre butiksmiljøer diskuteres det i øvrigt, hvordan musik kan virke frastødende og få kunden til at

føle sig malplaceret – et tema der udspringer af fokusgruppens oplevelser af at opholde sig i Ung Mode. Louise anfører, at hun ikke går ind i en butik, der spiller musik, hun ikke har lyst til at lytte til. Hun nævner konkret en bestemt herrebutik, hvor hun og hendes kæreste fandt stemningen ”meget forvirrende” i forbindelse med, at de skulle finde et jakkesæt. Der blev nemlig spillet musik af Rasmus Seebach, som Louise og hendes kæreste opfatter som ”fimsemusik”, der ikke passer til ”en rigtig mande-forretning”. Derved kom musikken til at stå i vejen for, at Louise og hendes kæreste kunne finde et passende jakkesæt i den butik. Fokusgruppen fremhæver i den sammenhæng, at det, selvom mange butikker henvender sig til bestemte kundetyper, ikke er altid, musikken passer til forretningens kendetegn, hvilket ifølge fokusgruppen kan have en indvirkning på, om de og andre unge har lyst til at komme i forretningen eller ej. Det er, ifølge fokusgruppen, vigtigt, at musikken, tøjstilen og kundens identitet – det vil sige den opfattelse kunden har af sig selv, sin tøjstil og musiksmag – nogenlunde matcher hinanden.

### Diskussion

Vores undersøgelse har overordnet indikeret, at musik ikke står højt på de exit-interviewede respondenters dagsorden for oplevelser i butikken. Det er først når vi spørger specifikt ind til musikken, at respondenterne forholder sig til den. Her viser respondenterne imidlertid en relativ høj grad af opmærksomhed om, *at* der er musik (jf. fx at over 60 % af respondenter angiver, at der var musik i den afdeling de besøgte), mens opmærksomheden om *hvilken* musik, er relativ lav (jf. at under 25 % af respondenterne kan identificere mindst ét nummer). Den relativt høje og sikre grad af hukommelse for musik hænger altså ikke sammen med en sikker identifikation af den faktisk afspillede musik. I fokusgruppeundersøgelsen kommer musikken tidligere på dagsorden, og det hænger måske sammen med, at vi har appelleret til – og dermed skærpet – fokusgruppens opmærksomhed om de *atmosphærics*, som de bevæger sig ’midt i(blandt)’. Det har formentlig også skærpet deres hukommelse (undersøgt i det efterfølgende interview), som de tilmed har mulighed for at ’pulje’ under fokusgruppeinterviewet. En yderligere faktor kan være, at fokusgruppedeltagerne er mere ’musikmindede’ (dvs. hører relativt meget - og taler relativt meget om – musik) i forhold til gennemsnittet af de exit-interviewede. Mens det altså er relevant at skelne resultaterne på baggrund af de to forskellige undersøgelses-

tilgange, er det også relevant at skelne mellem de to sektioner: Opmærksomheden om musik er mest udtalt, når det gælder What's Up. Det hænger sandsynligvis sammen med forskellen i musikmedieringen i de to afdelinger, hvor musikken i What's Up har en mere påtrængende, kraftig og audiovisuelt formidlet karakter (jf. figur 2) under sammenligning med musikken i Ung Mode.

Den generelle forskel mellem respondenternes identificering af 'musik' og 'den specifikke musik' i exit-interviewene kan skyldes flere forhold, og vi vil i det følgende foreslå nogle af disse. For det første er det tænkeligt, at den afspillede musik er så tilpas 'mainstream' og 'normal' – det vil her sige, at den svarer til den musik, de fleste ville lytte til som ledsag til mange andre gøremål i dagligdagen – at respondenterne ikke hæfter sig ved noget overraskende eller særligt (det gælder især Ung Mode, hvor musikformidlingen tilmed er kulisseeorienteret). For det andet er det muligt, at nogle respondenter godt har kunnet genkalde sig musikken for sit indre øre uden at kunne beskrive eller benævne den under interviewet (se også fokusgruppeinterviewet, hvor lignende erfaringer fra andre sammenhænge er identificeret). For det tredje er muligt, at nogle respondenter har givet et kvalificeret gæt på baggrund af tidligere ophold i Salling eller måske endda et mere generelt skema for 'butiksmiljøers indretning'. Det kvalificerede gæt kan så i øvrigt også hænge sammen et ønske fra respondenternes side om at præsentere et bestemt – vidende og reflekteret i forhold til kommercielle påvirkninger – billede af sig selv (jf. fokusgruppens diskussion af 'hjernevask' og mere generelt indikationen af, at man i forhold til andre er tilbøjelig til at se sig selv som mindre påvirkelig af kommercielle henvendelser; se fx Davison, 1983).

Uanset om kunderne rent faktisk har haft opmærksomhed om musikken eller ej, er det rimeligt at antage, at musikken har haft en betydning for oplevelsen og adfærden i Salling. Det indikerer vores empiri, og det falder dermed i forlængelse af tidligere forskning på området, som fx har sandsynliggjort, at musik kan have en oplevelses- og adfærdsmodificerende virkning for butiksbesøgende, selv om de ikke har været opmærksomme på musikken og ikke fremhæver den under et interview umiddelbart efter deres ophold i butikken (se fx North m.fl., 1999). Vores exit-interviews – vurderet på det tidspunkt, hvor vi har fået tematiseret musik og dennes betydning – indikerer, at de fleste respondenter har været påvirket af musikken (de har fx positive eller negative holdninger til den, og de rapporterer at



have 'sunget med' og 'gået til den'). I vores fokusgruppeundersøgelse har vi kunnet validere disse betragtninger og se, hvordan de observerede kvinder er blevet påvirket af musikken i forhold til deres humør, vurderinger af afdelingerne, interaktioner og adfærd.

I forhold til fokusgruppens opfattelse af musikken er det bemærkelsesværdigt, at fokusgruppen tager afstand fra Ung Mode, selv om de godt kan lide musikken hørt i andre kontekster (fx derhjemme). Denne observation antyder, at velldt musik ikke alene kan skabe et positivt billede af en afdeling, og at oplevelsen af musik i høj grad er influeret af den sammenhæng, den optræder i. Det er i øvrigt bemærkelsesværdigt, at musikken i What's Up vurderes negativt blandt nogle af respondenterne i exit-interviewene men ikke blandt kvinderne i fokusgruppen. Det er måske igen et udslag af, at sidstnævnte er mere musikmindede end førstnævnte. Det kan måske også forstås på den måde, at musikken i What's Up repræsenterer et stærkt (kraftigt og tydeligt) kommunikativt udspil til kunderne om at *skulle være i butikken på en bestemt måde*. Inspireret af Jakobson 1960 kan vi sige, at den konative kommunikationsfunktion er udtalt. Til sammenligning optræder musikken i Ung Mode som en kulisser eller baggrund, der bidrager til at opretholde oplevelsen af, at kunderne *befinder sig i en butik*, og vi kan her sige, at den faktiske kommunikationsfunktion er mere udtalt (ibid.). Musikkens konative kommunikationsfunktion involverer i What's Up en appel til kunderne om at bidrage til iscenesættelse af musikken og selve afdelingen. Via medsyngen og smådansen er kunderne en art medproducenter af musikken og den måde, hvorpå den bør høres og 'bruges'. Det er for eksempel bemærkelsesværdigt, hvordan musikken bidrager til det at fremelske kropslige reaktioner, der korresponderer med musikens rytme – et fænomen, som også DeNora & Belcher (1999) har observeret, og som de refererer til som *rhythmical entrainment*. De, som ikke finder sig forenelige med What's Ups appel om afdelingsadfærd, vil formentlig opfatte musikken som påtrængende og vil finde sig et andet sted at være. Musikken optræder dermed som en tydelig sektionsmarkør – eller usynlig 'social membran' (Graakjær, 2012) – der 'selekterer' blandt de kunder, som befinder sig i afdelingens periferi: Nogle vil blive tiltrukket, og andre vil blive frastødt.

### Afrunding

Denne artikel har leveret et empirisk baseret bidrag med henblik på at styrke den forskningsbaserede viden om butiksmusik i en dansk

kontekst. Vi har på et empirisk grundlag belyst, hvorledes et udvalg af kunder i Salling er opmærksomme på, husker, opfatter og 'bruger' den forekomne musik. Vi har i den forbindelse fået klare indikationer på, at butiksmusik er et fænomen, der har markant betydning for respondenternes oplevelser og adfærd, om end den ikke står øverst på kundernes dagsorden over fænomener, de kan huske og har lagt mærke til. Med inspiration fra Morris (1946) kan vi opsummere vores resultater på den måde, at musikken i Salling har betydning i både et syntaktisk, semantisk og pragmatisk perspektiv. Selvom disse tre perspektiver er sammenhængende, fremhæver de hver især et væsentligt aspekt ved musikkens funktion. I forhold til det, vi kalder en syntaktisk funktion, relaterer musikken sig til det øvrige butiksinventar, og opleves på forskellig måde at passe med dette – fx passer den afdæmpede musik i Ung Mode med det afdæmpede design af afdelingen og ekspedientadfærd. I forhold til en semantisk funktion fremmaner musikken betydninger og stemninger på baggrund af dens aktivering af associationer fra tidligere kontekster – fx giver musikken i What's Up associationer til 'Gaden' og dertilhørende stemninger. I forhold til en pragmatisk funktion fremelsker musikken bestemte adfærdsmønstre – fx kan den virke tiltrækkende eller frastødende, og den får betydning for interaktionsformen (fx dæmpet eller højlydt samtale) og individers adfærd i form af fx 'smådanser'.

Disse konklusioner er funderet på både et relativt stort antal respondentkontakter i forhold til en række specifikke svarkategorier (jf. exit-interviewundersøgelsen) og et lille antal mere indgående, nuancerede og – i forhold til visse udsagn i exitinterviewene – validerende fokusgruppekontakter (jf. fokusgruppeundersøgelsen). Den empiriske undersøgelse af butiksmusik kunne i forlængelse af det her præsenterede styrkes yderligere, og vi vil til det formål kort foreslå tre oplagte tiltag. For det første kan betydningen af kundernes forudsætninger (fx musikalsk skoling, musikpræferencer, køn, alder og butiksoopholdets varighed) undersøges mere indgående. Det vil give et mere præcist indtryk af, hvorvidt fx vaner og demografiske forhold spiller en rolle for kunders oplevelser af butikken og dens musik. For det andet kan den gennemførte metode suppleres med andre metoder, såsom fx GPS-måling af kunders færden i butikken og en mere systematisk og non-participerende observationsundersøgelse. Det vil give et mere præcist indtryk af kundernes faktiske færden og adfærd. For det tredje kan undersøgelsen udvides til at omfatte sammenlignende analyser af forskellige butiksmiljøer, såsom specialbu-

tikker og supermarkeder. Det vil give et indtryk af, hvorledes musik kan have forskellige funktioner i forskellige kontekster og vil i øvrigt kunne bidrage med en art kortlægning af udbredte musikpraksisser i butiksmiljøer.

I en afsluttende perspektivering vil vi fremhæve, at vores undersøgelses resultater føjer sig til en række aktuelle teorier om det, vi overordnet kan kalde forholdet mellem det senmoderne, (musik)forbrugende menneske og de kommercielle settings, som dette menneske orienterer sig mod og inden for. Undersøgelsen indikerer for eksempel, at butiksmusik kan optræde som en art 'symbolsk resurse' (Zittoun, 2006), som kunder mere eller mindre reflektivt (Gillespie & Zittoun, 2010) kan trække på i forhold til for eksempel at organisere tanker, følelser, adfærd og interpersonelle interaktioner, og, mere generelt, (re)konstruere livsstil og selv-identitet (Giddens, 1991/1996; DeNora, 2000 og Bull, 2007). Undersøgelsen indikerer også tydeligt musiks væsentlige potentiale for at skabe rammer for oplevelser for kunder, og en sådan indsigt forbinder sig specifikt med praksis- og forskningsfeltet *sound branding* (se fx Groves, 2011; Treasure, 2011 og Lucensky, 2011), og mere generelt med teorier om oplevelsesdesign og -økonomi (se fx Jantzen, Vetner & Bouchet, 2011 og Boswijk, Peelen & Olthof, 2012). Der er i den sammenhæng grund til at understrege, at musik ikke bør marginaliseres som et ubetydeligt og unødvendigt 'pyntetillæg'. Musik spiller faktisk en væsentlig rolle for både butik og kunde.

## Referencer

- Boswijk, A., Peelen, E. & Olthof, S., 2012. *Economy of experiences*, European Centre for the Experience Economy School: Amsterdam.
- Bruner, G., 1990. Music, Mood and Marketing. *Journal of Marketing*, October, pp. 94-104.
- Bull, M., 2007. *Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience*, Routledge: London.
- Davison, W. 1983. The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1, pp. 1-15.
- DeNora, T. & Belcher, S., 1999. "When you're trying something on you picture yourself in a place where they're playing this kind of music" – musically sponsored agency in the British clothing retail sector. *Sociological Review*, 48, 11, pp. 80-101.

- DeNora, T., 2000. *Music in everyday life*, Cambridge University Press: Cambridge.
- Fehling, R., 1980. Funktionelle Musik – Manipulationsversuch im Gewand der holden Kunst. In R. Brinkmann, ed. 1980. *Musik im Alltag*. Schott: Mainz, pp. 84-95.
- Forsyth, A., & Cloonan, M., 2008. Alco-pop? The use of popular music in Glasgow pubs. *Popular Music and Society*, 31, 1, pp. 57-78.
- Giddens, A., 1991/1996. *Modernitet og selvidentitet: Selvet og samfundet under senmoderniteten*, Hans Reitzels Forlag: København.
- Gillespie, A. & Zittoun, T. (2010). Using resources: Conceptualizing the mediation and reflective use of tools and signs. *Culture Psychology*, 16, 1, pp. 37-62.
- Graakjær, N.J., 1997. Bevidstheden stryges – Om sekundær akustisk konditionering. Upubliceret eksamensopgave fra psykologiuddannelsen ved AAU.
- Graakjær, N.J., 2007. Butikmusik. Om købsituationens pådannede ledsagemusik. In C.Jantzen & T. Rasmussen, eds. 2007. *Forbrugssituationer – perspektiver på Oplevelsesøkonomi*, Aalborg Universitetsforlag: Aalborg, pp. 283-314.
- Graakjær, N.J., 2012. Dance in the store – On the use and production of music in Abercrombie & Fitch. *Critical Discourse Studies*, 9, 4, pp. 393-406.
- Groom, N., 1996. The condition of muzak. *Popular Music and Society*, 20, 3, pp. 1-17.
- Groves, J., 2011. *Commusication - from Pavlov's dog to sound branding*, Oak Tree Press: Cork.
- Jain, R. & Bagdare, S., 2011. Music and consumption experience: a review. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 39, 4, pp. 289-302.
- Jakobson, R., 1960. Closing statement: Linguistics and poetics. In T. Sebeok, ed., 1960. *Style and Language*, MIT Press: Cambridge, pp. 350-377.
- Jantzen, C., Vetner, M. & Bouchet, J., 2011. *Oplevelsesdesign*, Samfundslitteratur: København.
- Jones, S., & Schumacher, T., 1992. Muzak: On functional music and power, *Critical Studies in Mass communication*, 9, pp. 156-169.
- Kassabian, A., 2004. "Would you like some world music with your latte?" Starbucks, Putumayo, and distributed tourism. *Twentieth-Century Music*, 2, 1, pp. 209-223.

- Kotler, P., 1973/1974). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 49, 4, pp. 48-65.
- Kvale, S. & Brinkmann, S., 2009. *InterView – en introduktion til et håndværk*, Hans Reitzels Forlag: København.
- Lucensky, J., 2011. *Sounds like branding: Use the power of music to turn customers into fans*, A & C Black Publishers Ltd.: London.
- MacLeod, B., 1979. Facing the Muzak. *Popular Music and Society*, 7, 19, pp. 19-31.
- Morris, C., 1946. *Signs, language and behavior*, Prentice Hall: New York.
- North, A., & Hargreaves, D., 2006. Music in business environments. In S. Brown & U. Volgsten eds, 2006. *Music and manipulation – on the social uses and control of music*, Berghan Books: New York, pp. 103-125.
- North, A., Hargreaves, D., & McKendrick, J., 1999. The influence of in-store music on wine selections. *Journal of Applied Psychology*, 84, pp. 271-276.
- Ranum, C., 2010. *Lyden af konsumtion. Musik som kommunikation i tøjforretninger*. Upubliceret speciale fra kommunikationsuddannelse ved Humanistisk Informatik, AAU.
- Radano, R., 1989. Interpreting muzak: Speculations on musical experience in everyday life. *American Music*, 7, 4, pp. 448-460.
- Smith, P., & Curnow, R., 1966. 'Arousal hypothesis' and the effects of music on purchasing behavior. *Journal of Applied Psychology*, 50, 3, pp. 255-256.
- Sloboda, J. & O'Neill, S., 2001. Emotions in everyday listening to music. In P. Juslin & J. Sloboda, eds. 2001. *Music and emotion – Theory and research*. Oxford University Press: Oxford, pp. 415-429.
- Sterne, J., 1997. Sounds like the mall of America. *Ethnomusicology*, 41, pp. 22-50.
- Treasure, J., 2011. *Sound business*, Management books: Gloucestershire.
- Tyler, L., 1992. "Commerce and Poetry Hand in Hand": Music in American Department Stores, 1880-1930. *Journal of the American Musicological Society*, 45, pp. 75-120.
- Yalch, R. & Spangenberg, E., 1993. Using store music for retail zoning: A field experiment. *Advances in Consumer Research*, 20, pp. 632-636.
- Zittoun, T., 2006. *Transitions. Development through symbolic resources*, Greenwich (CT): InfoAge

## Musikalske lydlogoers DNA

### **Anders Bonde**

*(ph.d., lektor) er ansat ved Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet, og medlem af vidensgruppen MÆRKK. Hans forskning har i de seneste seks år orienteret sig mod musiks og lyds betydning og effekt i audiovisuelle medieprodukter. Seneste forskning har fokus på lydbranding samt interaktiv lydkunst.*

### **Kim Bang**

*er PR-ansvarlig hos TC Electronic A/S og har udover en humanistisk uddannelsesbaggrund (cand.mag.) også studeret ved Det Jyske Musikkonservatorium, Aalborg. Han har desuden været udøvende musiker i over 20 år og har således kombineret musisk praksis og teori i forbindelse med sit speciale, hvorpå dele af denne artikel er baseret.*

### **Introduktion**

Næst efter det visuelle sanseapparat er det øret, der oftest er kanaliseringensmålet for strategisk markedsføring (Lindstrøm, 2005), og således er der et stigende antal private og offentlige virksomheder, som 'brander' sig selv både eksternt og internt gennem specialdesignede og patenterede 'lydidentiteter'. Her er i sig selv tale om et overordentligt bredt emne- og forskningsområde, der omfatter bl.a. *lydlogoer*, bestående af korte (typisk i omfanget 1-6 sekunder) musikalske eller ikke-musikalske signaler; *reklamesange og jingler*, der lovpriser virksomheder og produkter; stemningslyde i salgs- og servicemiljøer; *produktspecifikke lyde*, fx Harley-Davidsons motorlyd eller en Audi-bildørs 'smæklyd'; *interaktive lydelementer* på hjemmesider og mobile platforme samt *talelyde*, fx design af 'voice over' i reklamefilm eller automatisk tale i telefonopkaldscentre.<sup>1</sup> I denne artikel sætter vi fokus specifikt på lydlogoer eller nærmere bestemt *melodilogoer*, dvs. melodiske figurer, der anvendes som kendingsmærke for specifikke brands og således udgør en musikalsk pendant til visuelt animerede logoer (Bronner, 2004, p. 39). Af nyere eksempler på virksomheder i Danmark med særligt designede me-



lodilogoer kan nævnes SKAT, Dyrup, Børsen, Svendborg Kommune, Q8, Vestas, Danske Spil, Fakta, Nordea og Louis Nielsen. Tilsvarende er der i Danmark etableret en håndfuld lydbrandingfirmaer såsom Soundbranding (tidl. Audio Management), Sonic Minds (tidl. Sonic Branding®), og Audiowise, der alle specialiserer sig i at producere musikalske lydidentiteter, herunder melodilogoer.

Nu er der langt fra tale om noget nyt fænomen og navnlig ikke i internationalt øjemed, hvor en række multinationale selskaber har markedsført sig konsistent og kontinuerligt i de sidste 15-20 år med distinkte, genkendelige og fleksible melodilogoer. To vel nok verdenskendte eksempler er Walter Werzowas femtonige Intel-signatur fra 1995 (Eks. 1) og 'Nokia Tune', der siden 1994 har været standardringetone i Nokias mobiltelefoner (Eks. 2). Sidstnævnte udgør en fire takters frase fra Francisco Tárregas 'Gran Vals' (1902) og betegnes af Nokia som "probably one of the most frequently played pieces of music in the world".<sup>2</sup> Af endnu tidligere eksempler kan nævnes National Broadcasting Companys brudte treklang tilbage fra 1950 (Eks. 3), hvor tonerne *g*, *e* og *c* symboliserer General Electric Corporation (GEC), der på daværende tidspunkt var selskabets ejere (Sapherstein, 1998). En dansk pendant er DSBs tretonige signatur (*d-es-b*), konciperet af Niels Viggo Bentzon i midten af 1950'erne, men først taget i brug i 1981 som pausemelodi ved telefonopkald til DSB samt signal i togene, på perronerne samt i DSB's færger og kantiner (Eks. 4).<sup>3</sup>

Eksempel 1: Intel



Eksempel 2: Nokia



Eksempel 3: NBC



Eksempel 4: DSB



De fire eksempler (Eks. 1-4) illustrerer tilsammen en vis spændevidde, hvad angår melodisk indhold. Hvor Intel-, NBC- og DSB-logoerne repræsenterer ganske simple 'tonesignaler' (med 3 eller 5 toner) komponeret specielt til formålet, udgør 'Nokia Tune' et uddrag af en allerede eksisterende komposition og repræsenterer med sine 13 toner et melodilogo med mere 'musikalsk kød' på, så at sige.



Hvor selve fænomenet ikke er nyt, er forskningen på området begrænset og af relativt ny dato, og det er således intentionen i nærværende artikel at bidrage hertil, idet vi undersøger og diskuterer, i hvilken grad melodilogoers designkarakteristik har betydning for logo- og brandgenkendelse. Med udgangspunkt i en oversigtlig redegørelse for eksisterende forskning inden for lydlogoer, præsenterer vi en ansats til en teori, der kombinerer indsigter fra strategisk markedsføring, socialsemiotik og musikvidenskab. Vi vil nærmere bestemt argumentere for det meningsfulde i at fokusere på *tonehøjde* og *rytme* som essentielle designparametre i melodilogoer for på én gang at imødekomme nedenstående seks gængse brandteoretiske retningslinjer:

- *Distinkthed*. Et melodilogo skal være karakteristisk i sin udformning og let kunne adskilles fra andre logoer.
- *Genkendelighed*. Det skal være let at huske – endog ‘genkalde ligt’, dvs. kunne fremmanes ved tankens kraft uden først at have været afspillet.
- *Fleksibilitet*, både i musikalsk og i teknisk forstand. Dvs. det skal kunne integreres i forskellige musikalske kontekster og stilarter uafhængigt af budskabskanal (‘touchpoint’).<sup>4</sup>
- *Konsistens*. Det skal være ‘pålideligt’ (dvs. ensartet), såvel ‘horisontalt’ på tværs af budskabskanaler (se ovenfor) som ‘vertikalt’ på tværs af flere samtidige kampagner,
- *Kontinuitet*. Det skal kunne fungere gennem skiftende tidsepoker.
- *Kongruens*. Det skal reflektere det pågældende brands egenskaber og indlejrede værdier.<sup>5</sup>

Efterfølgende redegør vi for en kvantitativ respondentundersøgelse (Bang, 2011) udformet som et konditioneringseksperiment, på hvilken baggrund vi diskuterer teorigrundlagets empiriske belæg. Et centralt anliggende i eksperimentet har således været at undersøge, hvorvidt sådanne ovenstående retningslinjer er realiserbare i musikalsk forstand.

### Forskningen på området

Det er først inden for de seneste 6-7 år, at der er fremkommet studier, som mere snævert fokuserer på lyd- og melodilogoer, herunder deres affektive og kognitive virkning, og her repræsenterer Dietzes diplomafhandling (2006) en forholdsvis tidlig statusopgørelse af

forskningen på området. I et kvantitativt eksplorativt studie undersøger Jackson (2006) 268 konsumenters genkendelse og genkaldelse af samt attitude over for 50 udvalgte lydlogoer “from sound marks to jingles and taglines” (ibid., p. 38), eksponeret i britisk TV og radio samt i produkter, herunder mobilringetoner og ‘computer startup’-melodier. Jackson når frem til følgende fire konklusioner (‘lessons’):

- 1) hyppig og konsistent lydlogoanvendelse er at foretrække;
- 2) brandhukommelse fordrer, at navnet på brandet udtales som akkompagnement til lydlogoet;
- 3) lydlogoet bør formes, så det associeres til brandets karakteregenskaber og fordele;og
- 4) et kreativt og distinkt lyddesign betaler sig.

I et lignende studie, men som led i en teoretisk forankret fremstilling af lydbranding og akustisk markedsføring generelt, undersøger Hofer (2009) 73 respondenters selvrapporterede stemningsfølelser, associationer samt brandattitude og –hukommelse på baggrund af lydlogoer fra tyske virksomheder (Lotto, BMW, Vöslauer, T-Mobile og ING DiBa); og senest bidrager Anzenbacher (2012) med en monografi omhandlende lydlogoers anvendelse, historik, det musikpsykologiske grundlag for lydlogoers virkningskraft samt næranalyser af udvalgte logoer.

Af eksperimentelle studier kan nævnes Venkataramans undersøgelse (2007) af reklamefilm inkorporeret i TV-serier, og hvilken betydning et audiovisuelt logo henholdsvis et visuel logo i reklamens afslutning har for 49 respondenters evne til retrospektivt at huske brands. Således sammenligner han de samme seks TV-reklamer og konkluderer (overraskende), at den afrapporterede brandhukommelse er højest, når der afsluttes uden lyd, mens der ikke er nogen forskel, når respondenter bliver bedt om at genkalde brands ud fra stikord (‘cued brand recall’). Riggins (2007) kommer frem til lignende resultater, idet hun undersøger (ligeledes eksperimentelt), om visuelle logoer eller reklamejangler har størst betydning for respondenters genkaldelse af minder, følelser og specifikke brands. I Danmark bidrager Ramsgaard (2009), Jensen (2010) og Winther (2012) med eksperimentelle lydlogoundersøgelser, hvis sigte er at måle henholdsvis ‘emotional profilering’ (oplevet stemningskarakter), ikke-forudsete lydsekvensers betydning i forhold til attitude og hukommelse samt kongruens (‘fit’) mellem lydlogo, visuelt logo og brand.

Det er et fællestræk for langt de fleste empiriske studier af lydlogoers effekt (såvel som empiriske lydbrandingstudier generelt), at den musikalsk-formale struktur *ikke* tages med i betragtningen, og dermed fremstår Palghats eksperimentelle undersøgelse (2009) som en bemærkelsesværdig undtagelse. Med fokus på melodilogoers 'designkarakteristik' søger han ud fra et konstrueret stimulusmateriale at finde frem til den betydning, som antallet af toner, melodisk kurvatur ('contour') og tonernes indbyrdes konfiguration ('chunking') har i forhold til respondenteres afrapporterede villighed til produktkøb, evne til at kunne genkalde (nynne) melodilogoet, graden af lydlogodistinkthed ('signal sensivity') samt affektive respons. Et grundlæggende ræsonnement bag Palghats eksperiment er, at *formgivningen i sig selv* leverer information (navnlig tonerækkefølgen),<sup>6</sup> og således er der tale om en betydelig kvalificering i forhold til de øvrige nævnte lydlogoundersøgelser. Vigtigheden af at fokusere på formgivningen er ligeledes bærende i nærværende medforfatters specialeafhandling (Bang, 2011), men til forskel fra Palghats undersøgelse er stimulusmaterialet baseret på eksisterende melodilogoer, og desuden anvendes andre uafhængige manipulerbare variable og afhængige målvariable, lige som proceduren i eksperimentet er anderledes (se nærmere beskrivelse i det følgende).

### En tværfaglig og integrativ teoridannelse

Lydbrandingforskningens fragmentariske karakter og fagområde-mæssige 'udspredthed' er en udfordring for etableringen af en fælles teoretisk ramme og et begrebsapparat, der kombinerer viden og indsigter fra de pågældende fagområder; dvs. markedsførings- og brandingteori, socialsemiotik og musikvidenskab. Ikke desto mindre er der nogle oplagte sammentækningsmuligheder i forbindelse med overvejelsen af grundlaget for, hvorledes melodilogoer kan konstrueres og tilpasses ud fra bestemte musikalske parametre for på effektiv vis at kunne vække appel og genkendelse. Her drejer det sig om at integrere et afsender- eller produktionsperspektiv med et (udvidet) tekstperspektiv og et modtager- eller receptionsperspektiv. I bogen *Speech, Music, Sound* (Van Leeuwen, 1999) lægges grundstenen til et sådant arbejde, idet forfatteren, ud fra et socialsemiotisk ståsted (Hodge and Tripp, 1986; Hodge and Kress 1988; Kress and Van Leeuwen, 1996/[2006]), søger et fælles teoretisk beskrivelsesgrundlag for talelyde, musikalske lyde og effektlyde. Et nøglebegreb i den henseende er 'semiotiske ressourcer', hvilket i

relation til lyd indbefatter alle former for auditive udtryksmåder (verbale såvel som nonverbale); altså en slags palet af kommunikative og ekspressive muligheder, ud fra hvilke der kan foretages en række valg. Set i et socialemiotisk perspektiv handler det om, hvad der kan siges med lyde, og hvilken betydning der heraf kan udledes eller fortolkes (ibid., p. 4).

Et bærende element i Van Leeuwens fremstilling er sammen-tænkningen af systemfunktionalistisk lingvistik (Halliday, 1978, 1985) og musikvidenskab (Tagg, 1984, 1990), idet både sproglige og musikalske udtryksformer enten kan praktiseres og afkodes ud fra vedtagne konventioner (grammatiske 'koder'), knyttet til den pågældende stil og genre, eller de kan være genstand for fortolkning og forhandling alt afhængig af kontekst (ibid., p. 5). Van Leeuwens socialemiotiske ståsted tilsiger dog en vægtlægning på det sidste, idet han hævder, at kontekstens væsentlighed vanskeligt kan overvurderes, når det gælder lydes intenderede og reciperede betydninger, og at det derfor giver mening at tale om, at lyde i udgangspunktet har et *betydningspotentiale* (til forskel fra 'betydning'), som indsnævres i enhver given multimodal, situationel og sociokulturel kontekst (ibid., p. 10). Endvidere sætter han fokus på lydes 'materialitet' eller 'substans' frem for den syntaks, lydene indgår i, og deres eventuelle (fx i tilfældet verbale lyde) semantiske betydning (ibid., p. 125f); og ud fra en række lydparametre ('sound modality cues'), formuleret som kontinuerte variable (fra minimum til maksimum), bliver det muligt at karakterisere graden af varians i lydene og dermed lydenes artikulationskompleksitet. Eksempelvis opererer van Leeuwen med variablene tonehøjde, varighed, lydstyrke, perspektivdybde, fluktuation, friktion, rumklang og direktionalitet (ibid., p. 172f), der hver især kan anvende til at karakterisere lyde.

### Den reducerede artikulationsform

De otte kontinuitetsvariable er at betragte som auditive modstykker til visuelle 'modality cues' (såsom graden af detaljerigdom, farvemætning og -differentiering, dybdeperspektiv, lys- og skyggeforskel etc.), der tilsvarende anvendes til at karakterisere billedobjekter som mere eller mindre velartikulerede og detaljerede i forhold til det, de betegner eller forestiller – fx fra todimensionelle stregtegninger over malerier med dybdeperspektiv til fotografier i høj opløsning (ibid., p. 159). Jo mere artikulationskompleksiteten reduceres inden for de enkelte 'cues', des højere bliver abstraktionsniveauet. Samti-

dig må det forholde sig således, at kriterierne for et givet abstraktionsniveaus 'perciperede sandhedsværdi' (dvs. hvor tæt på virkeligheden det opfattes) er bundet op på, i hvor høj grad det er muligt at indkapsle 'essensen' af det afbillede. I dette lys er det interessant at fremhæve *stregtegningen*, hvis ikoniske og evt. indeksikalske og symbolske betydning netop træder frem som en art 'essens' og ikke er til at misforstå til trods for en omfattende artikulationsreduktion (fraværet af farver, dybde, lys/skygge, etc.).

Spørgsmålet er, om stregtegningen kan siges at have et auditivt og nærmere bestemt musikalsk-melodisk modstykke, og det mener vi bestemt er tilfældet, idet det er muligt at opfylde to indbyrdes forbundne fordringer. Den første af disse er at sikre et tilsvarende højt abstraktionsniveau, hvilket kan realiseres i form af en række computergenererede sinustoner med forskellig tonehøje og varighed, men uden harmonisk akkompagnement, dynamisk variation, tonevibrato, instrumental 'farve' og rumvirkning). En sådan form vil vi herefter betegne som 'reduceret artikulationsform' ('RAF'), og den defineres nærmere bestemt ud fra Van Leeuwens første to variable: *tonehøjde* og *varighed* (rytme). Den anden fordring er, at RAF skal kunne fungere som et *arbitrært symbol*, dvs. en art 'musikalsk brand-DNA', og således være genstand for en kulturelt indlejret, tillært og associativ betydningsdannelse, der også gør sig gældende, hvor meloditonerne, afhængig af kampagnekontekst og budskabskanal, 'iklædes' forskellige klanglige farvenuancer. Netop sidstnævnte er omdrejningspunktet i respondentundersøgelsen, hvis resultater blandt andet vil afgøre, i hvor høj grad en række udvalgte melodilogoer kan betegnes som værende 'RAF-funktionelle'; dvs. om de alene i artikulationsreduceret form kan opfylde kravet om genkendelighed.

### **Kobling til eksisterende brandingteori**

Som det impliceres i ovenstående, er sammenhængen mellem Van Leeuwens analytisk-deskriptive teoridannelse vedrørende artikulationskompleksitet og det heraf udledte RAF-begreb umiddelbart sammenstemmende med en forståelse af, hvorledes melodilogoer fungerer i markedsførings- og brandingøjemed. Ræsonnementet er følgende: Hvis melodilogoer er genkendelige i RAF, vil de sandsynligvis også kunne genkendes i mere nuancerede ('artikulationskomplekse') udgaver, der kan tilpasses på tværs af markeder, målgrupper og kulturer, og løbende justeres i forhold til aktuelle 'trends' og specifikke kampagner. Mere praktisk-præskriptive teoridannelser vedrørende

korporativ brandidentitet (Aaker, 2002) synes at bekræfte denne sammenhæng, hvor ikke mindst *fleksibilitet* og *distinkthed* er centrale begreber. Således skelner Aaker i sin 'Brand Identity Planning Model' (ibid., p. 79) mellem, hvad han benævner som henholdsvis 'kerne-brandidentitet' og 'udvidet brandidentitet', og hvor det første repræsenterer brandets til hver en tid 'iboende essens' på tværs af kulturer, markeder og produkter, er det sidste omvendt udtryk for brandets kontekstuelle tilpasning alt efter produktkategori og land. Det afgørende er imidlertid at sikre en overordnet *kohærens*; at der er en direkte sammenhæng mellem kerneidentiteten og den udvidede identitet, og at kerneidentiteten er tilpas fleksibel, uden at dette går ud over brandets distinkthed, genkendelighed, fleksibilitet, konsistens, kontinuitet og kongruens. Set i relation til lydbranding specifikt synes RAF at være den optimale løsning, for dersom et givet melodilogo kan vække genkendelse alene ud fra kombinationen af tonehøjder og rytmer (uden nogen form for klanglig udsmykning), vil det være fleksibelt at anvende, når artikulationskompleksiteten inden for en eller flere 'cues' justeres alt efter budskabskanal, målgruppe og land.

### Eksperiment

På baggrund af ovenstående teoretiske ramme blev der i januar/februar 2011 designet og afviklet et eksperiment, hvis formål var at teste RAF-konceptet empirisk i relation til logo- og brandgenkendelse. Tre undersøgelsesspørgsmål var vejledende for eksperimentet:

1. Hvilken betydning har graden af artikulationsreduktion for genkendelsen af melodilogoer og de respektive brands?
2. Hvorledes er forholdet mellem afrapporteret brandgenkendelse og korrekt angivelse af brand?
3. Hvorvidt kan genkendelsesgraden begrundes med logoernes tonesammensætning eller rytmiske karakteristik?

Hertil blev der udvalgt fem melodilogoer; dels allerede nævnte Intel- og Nokia-logoer (jf. Eks. 1-2) og dels melodilogoer fra McDonald's (Eks. 5), JYSK (Eks. 6) og Elgiganten (Eks. 7).

Fælles for de valgte melodilogoer er, at de må anses for at være almindeligt kendte i Danmark, idet de alle er blevet eksponeret på landsdækkende reklame-tv i minimum otte år. De differentierer sig

Eksempel 5. McDonald's



Eksempel 6. JYSK



Eksempel 7. Elgiganten







Frederikshavn Gymnasium og HF-kursus (3 gymnasieklasser) samt Hjørring Gymnasium og HF-kursus (4 gymnasieklasser) med en samlet kønsfordeling på 69% kvinder og 31% mænd; dvs. en forholdsvis demografisk homogen respondentgruppe, hvis medlemmer alle formodentlig er blevet eksponeret for de pågældende melodilogoer gennem tv-reklamer og andre budskabskanaler. Det eksperimentelle undersøgelsesdesign bestod af to individuelle testkonditioner ('Test 1' og 'Test 2') med *tonehøjde* henholdsvis *rytme* som særskilte fokuspunkter, idet formålet var at undersøge, i hvilken grad disse to parametre hver især i sig selv har betydning for genkendelsen af de pågældende melodilogoer og brands. Tempo og artikulationskompleksitet fungerede under begge testkonditioner som uafhængige justerbare variable i en 5'4-procedure (jf. Tabel 2), hvor hver af de fem melodilogoer blev afspillet i fire forskellige versioner efter hinanden; fra det svært genkendelige (computergenererede sinustoner uden rytmisk differentiering henholdsvis samlede 'lilletromme-kantslag' uden tonehøjdeinformation), via RAF og over til melodilogoet i dets originale form. Hver af de fire logoversioner blev afspillet to gange med en kort pause imellem.

**Tabel 2**

		Test 1: Tonehøjde (n=66)	Test 2: Rytme (n=71)
Intel	I	Kun tonehøjde – langsomt tempo <sup>8</sup> (RAF/t)	Kun rytme – halvt tempo (RAF/r)
McDonald's	II	Kun tonehøjde – hurtigt tempo (RAF/t)	Kun rytme – originalt tempo (RAF/r)
Nokia	III	Tonehøjde og rytme i originalt tempo (RAF)	
JYSK	IV	Originalt melodilogo (fuld artikulationskompleksitet)	
Elgiganten			

Eksperimentet foregik i de pågældende gymnasieklassers undervisningslokale, hvor melodilogoerne (og de forskellige versioner heraf) blev afspillet via medbragt audio-udstyr (en *iPod* forbundet med en 'Tivoli-radio' med aux-indgang og en god indbygget højttaler). Alle 137 respondenter deltog i en af de to testkonditioner og afrapporterede via et afkrydsningsskema (jf. Tabel 3), på hvilket af de fire trin (svarende til afspillet logoversion) de a) genkendte melodilogoet og b) genkendte det tilhørende brand. De blev desuden

bedt om at angive navnet på det pågældende brand eller alternativt blot den produktkategori, som de fandt relevant i tilfældet af, at de først mente at kunne genkende brandet, men så alligevel ikke kunne nævne et specifikt navn. Det kunne eksempelvis være 'computer' i stedet for 'Intel' og 'hvidevarer' eller 'elektronik' i stedet for 'Elgiganten'. Følgelig opereres i undersøgelsen med to forskellige typer af navngivelse: en korrekt og en tilnærmet.<sup>9</sup>

**Tabel 3**

Jeg genkendte lydlogoet:	I) <input type="checkbox"/>	II) <input type="checkbox"/>	III) <input type="checkbox"/>	IV) <input type="checkbox"/>
Jeg genkendte brandet:	I) <input type="checkbox"/>	II) <input type="checkbox"/>	III) <input type="checkbox"/>	IV) <input type="checkbox"/>
Navnet på brandet:	_____			

## Resultater

I Tabel 4 er melodilogoernes designkarakteristik kombineret med resultaterne af afrapporteringen, hvor tallene i højre side angiver i procent, i hvor høj grad respondenterne i de to testkonditioner har ment at kunne genkende de fem melodilogoer og tilhørende brands efter henholdsvis trin I, II, III og IV, samt i hvor høj grad de har navngivet de pågældende brands med såvel korrekt som tilnærmet benævnelse (jf. de kursiverede procenttal nedenunder). For så vidt angår de fem melodilogoer samlet set, er der ingen tvivl om, at brandidentiteten overvejende findes i tonehøjdesammensætningen snarere end i kombinationen af varigheder (dvs. rytmen), idet melodilogo- og brandgenkendelsesgraden generelt ligger betydeligt højere i RAF/t end i RAF/r, mens forskellen helt eller omtrent er udlignet under trin III (RAF), der er fælles for de to testkonditioner.<sup>10</sup> Hvad angår brandgenkendelse specifikt, repræsenterer Intel- og Elgiganten-logoerne to undtagelser, eftersom resultaterne i RAF/t og RAF/r alle viser 0%. Dette forhold vil vi tage op i efterfølgende diskussion.

Når sammenligningen vedrører de forskellige melodilogoer og tilhørende brands, er der flere observationer at konstatere. For det første er det tydeligt, at testens tre 'prækomponerede' melodilogoer (No-

**Tabel 4**

Melodi- logo	Oprindelse	Antal toner	Kurvatur	Ambi- tus	Mel. retning	Mel. fina- lisering	Varigheds- følge	Logogenkendelse Brandgenkendelse Navngivelse					
								Test 1 (n=66)			Test 2 (n=71)		
								I-II	III	IV	I-II	III	IV
Intel	Nykomp.	5		7	↗	Halvåben	---	4 0	21 5	100 76	0 0	21 6	100 67
								2 (58) 58		4 (48) 48			
McDo- nald's	Prækomp.	9		9	→	Lukket	®®® ®®	64 46	97 78	100 100	14 4	100 89	100 100
								100 (100) 100		100 (100) 100			
Nokia	Prækomp.	13		15	↘	Lukket	®® ®® ®	96 60	98 65	100 95	11 0	98 70	100 94
								76 (96) 96		73 (94) 94			
JYSK	Prækomp.	7		12	↗	Åben	---	58 17	93 41	100 58	1 0	97 27	97 38
								50 (52) 52		26 (27) 27			
Elgigan- ten	Nykomp.	9		5	→	Lukket	® -	21 0	61 2	97 29	3 0	67 3	96 18
								9 (26) 26		8 (21) 21			

kia-, McDonald's- og JYSK-logoerne) i meget høj grad er blevet genkendt på baggrund af RAF (fra 93% til 100%),<sup>11</sup> mens det til formålet komponerede Intel-logo først har vakt tilsvarende genkendelse (100% i begge testkonditioner) ved dets originalform. For det andet er der i tilfældet Intel langt fra den afrapporterede brandgenkendelse efter trin IV og tilnærmede navngivelse (i gennemsnit 72% hhv. 53%) til den korrekte navngivelse (i gennemsnit kun 3%). Med andre ord har langt de fleste af respondenterne ikke kunnet koble Intels melodilogo direkte til brandet; i stedet har de overvejende angivet alternative computer- og elektronikorienterede benævnelser såsom 'Dell', 'Windows', 'Microsoft', 'Sony' (eller blot 'computer' og 'elektronik'), men også 'nyhederne' og 'TV'.<sup>12</sup> Modsat kan det konstateres, at der i tilfældet McDonald's samt i lidt mindre grad JYSK og Nokia (ligeledes efter trin IV) er anderledes overensstemmelse mellem afrapporteret brandgenkendelse og korrekt navngivelse (fra 77% til 100%), og hvor den tilnærmede navngivelse enten

lægger sig tættest op ad førstnævnte og sidstnævnte (i tilfældet Nokia hhv. JYSK) eller falder bort som følge af 100% korrekt navngivelse (i tilfældet McDonald's).

Hvad angår navngivelsen ved JYSK-brandet er der det særlige forhold, at der er en markant lavere navngivelsesgrad i Test 2 kombineret med, at differencen mellem den korrekte navngivelse og den tilnærmede navngivelse er minimal (hhv. 2% og 1%). Endvidere viser resultaterne også, at kun 48% af de respondenter (i de to testkonditioner sammenlagt), der har angivet, at de har genkendt melodilogoet i dets originalform, også har ment at kunne genkende brandet. Kun Elgiganten-logoet har affødt lavere procenttal i den henseende (24%), mens der i forbindelse med Intel-logoet omvendt er en overensstemmelse på 72%.

## Diskussion

Ovenstående observationer vedrørende forskelle mellem testkonditioner og melodilogoers genkendelsesgrad har givet anledning til en række overvejelser og diskussioner, hvor det bliver meningsfuldt at integrere musikfaglige faktuelle forhold med indsigter fra strategisk markedsføring og socialsemiotik. Vi tager udgangspunkt i førstnævnte.

Det kan for så vidt ikke undre, at melodilogoerne i RAF/t genkendes bedre end i RAF/r, eftersom rytme ikke i nær samme grad som tonehøjder er *betegnende* for melodiske forløb, men blot udgør én ud af flere identitetsmarkører og – hvad der er ganske afgørende – netop repræsenterer et *organiseringssprincip* i forhold til en følge af tonehøjder. Med andre ord udgør *tonehøjde* rent fænomenologisk en mere grundlæggende bestanddel i melodier end *rytme*, og af samme grund er det vores opfattelse, at undersøgelsesresultaterne afspejler et *generelt* forhold ved såvel melodilogoer som melodier i det hele taget. At brandgenkendelsesgraden på baggrund af Intel- og Elgiganten-logoerne imidlertid ikke passer ind i dette billede (for begges vedkommende, ingen genkendelse i RAF/t og RAF/r), kan formentlig tilskrives deres forholdsvis 'amputerede' form og heraf anonyme præg, dersom enten rytme eller tonehøjde ikke er specificeret, for som det kan bemærkes, er også *melodilogogenkendelsen* i RAF/t og RAF/r stærkt begrænset. Når genkendelsesgraden på baggrund af Elgiganten-logoet (RAF/t) i den henseende til gengæld ligger forholdsvis højt (21%), er forklaringen muligvis det relativt høje antal toner (9 mod 5 i Intel-logoet) kombineret med, at fraværet af

rytme kun i mindre grad ændrer den oprindelige melodi. Alligevel må det erkendes, at Elgiganten-logoet end ikke i RAF genkendes i samme høje grad som McDonald's- og JYSK-logoerne trods det sammenlignelige toneantal. Dette kan der være forskellige musikteoretiske og –kulturelle forklaringer på; fx at den melodiske kurvatur og rytme i Elgiganten-logoet fremstår mere enkel og anonym, eller at melodilogoet ikke er baseret på musikalsk materiale kendt andetsteds fra. Årsagen kan imidlertid også bare være (hvilket ikke mindst er sandsynligt), at dette melodilogo er blevet eksponeret mindre end de øvrige.

Noget af det, der især har overrasket ved undersøgelsens resultater, er den særligt lave grad af korrekt navngivelse for Intel-logoets vedkommende. En forklaring herpå kan eventuelt være, at melodilogoet som nævnt rækker tilbage til 1995, dvs. før respondenterne må formodes at have kunnet blive egentligt påvirkede af dets kraftige eksponering i de første år, hvorimod eksempelvis McDonald's-logoet optrådte første gang så sent som i september 2003 (Graakjær, 2011). På den anden side strider denne forklaring mod det forhold, at de endnu ældre Nokia- og JYSK-logoer har afstedkommet betydeligt højere korrekte navngivelsesprocenter. Jackson (2006) peger på en afsenderekspliciteret anknytning mellem melodilogo og brandnavn som det mest effektive, idet han anfører: "If you want people to remember your brand name when they hear your audio branding, make sure you say the name". (Ibid., p. 39) Meget betegnende hverken udtales eller 'udsynges' brandnavnet i Intels kooperative reklamekampagner (selv om melodien er formet som ordlyden 'Intel Inside'), men det samme gælder for de øvrige melodilogoer i nærværende undersøgelse,<sup>13</sup> og således anser vi heller ikke dette forhold for afgørende. Jackson nævner i øvrigt selv den britiske supermarkedskæde ASDA som eksempel på en virksomhed, der ved konsistent og kontinuerlig anvendelse (siden 90'erne) af samme musikalske tema foruden en 'distinktiv stil', ligeledes har kunnet skabe et stærkt associationsforhold til brandet uden at nævne navnet (loc.cit.).

Ovenstående kan være en indikation på, at det er McDonald's-, Nokia- og JYSK-logoernes høje grad af *distinkthed*, som har afgørende betydning for koblingen mellem melodilogo og brand. De fleste af de respondenter, der har ment at kunne genkende de pågældende brands, har også kunnet identificere (navngive) dem helt korrekt og har kun i begrænset omfang forvekslet dem med konkur-

rerende brands inden for samme produktkategori.<sup>14</sup> Omvendt fremstår Intel-logoet som *indistinkt*, og man kan således betvivle dets fortsatte gennemslagskraft – navnlig i en tid med stadig flere korporative melodilogoer på markedet og i det offentlige rum, og hvor flere af disse tilmed synes at have visse ligheder med Intel-logoet (mht. toneantal og kurvatur), hvilket i givet fald må føre til stigende anonymitet. Dette forhold er for så vidt interessant derved, at selv om ofte netop Intel-logoet fremhæves som et 'mønstereksempel' på lydbranding (Jackson, 2003, pp. 2-3; Bronner, 2004, pp. 51-52; Lindstrøm, 2005, p. 22; Roth, 2005, p. 25; Straka, 2007, p. 67; Kusatz, 2007, p. 52), lader det ikke til, at Intel på sigt har fået det optimale ud af melodilogoet.

Noget kunne således også tyde på, at Intel-logoet ikke i særlig høj grad er 'RAF-funktionelt'. En oplagt årsag til dette er selve melodilogoets udformning, herunder dets meget begrænsede melodiske og rytmiske indhold, og at klangfarve og lydeffekter derfor vil have meget stor betydning for distinktheden (hvilket resultaterne også indikerer). Helt anderledes forholder det sig eksempelvis med McDonald's- og Nokia-logoerne, hvis karakteristiske rytmiske strukturer (todelt periodestruktur med synkoper henholdsvis tredelt periodestruktur med tre ligedannede sekvenser), fremstår tydeligt i RAF og måske netop af denne grund er de to melodilogoer, der har vakt størst genkendelse i RAF/r (hhv. 14% og 11%).<sup>15</sup> At dømme efter resultaterne gælder der ikke det samme for JYSK- og Elgiganten-logoerne, som begge har affødt en relativt lav brandgenkendelse og navngivelse sammenlignet med melodilogogenkendelsen. En mulig forklaring i tilfældet JYSK kan være, at respondentgruppen aldersmæssigt (16-20 år) falder uden for kernemålgruppen, der er modtagelige for informationer om eksempelvis dyner eller havemøbler på tilbud og således ikke på samme måde har optaget brandet i deres bevidsthed, og hvad angår Elgiganten kan det eventuelt skyldes butikkædens spredte varesortiment, der nok appellerer til unge (fx mobiltelefoner, iPods, computerspil og TV), men også til børnefamilier og ældre (fx vaskemaskiner og køleskabe).

### Konklusion

Som det løbende har været fremhævet som præmis i denne artikel, repræsenterer udformningen af melodilogoer et tværfagligt emne-

og problemfelt med udgreninger til vidt forskellige fagområder, men hvis sammentænkning er muliggjort gennem RAF. Hvor markedsførings- og brandingteorier almindeligvis peger på begreberne distinkthed, genkendelighed, fleksibilitet, konsistens, kontinuitet og kongruens som væsentlige fordringsmæssige fikspunkter, har RAF-konceptet potentiale til at opfylde dem alle, alt afhængig af kombinationsforholdet mellem tonehøjder og rytmer. McDonald's-logoet repræsenterer et af de bedste eksempler herpå, hvilket også den empiriske undersøgelse synes at indikere. Ordvalget 'potentiale' er ganske bevidst, for med ovenstående være *ikke* sagt, at alle RAF-tilpassede melodilogoer er lige effektive i markedsføringsøjemed; dette er ikke nødvendigvis tilfældet, hvilket også diskuteres i forrige afsnit (jf. den lave korrekte navngivelsesgrad for Intel-logoets vedkommende). Det eneste af ovenstående fem fikspunkter, der under alle omstændigheder opfyldes med RAF, er *fleksibilitet*, hvorimod *konsistens* og *kontinuitet* mere er et spørgsmål om stringent markedsføring. Selve opfyldelsen af *distinkthed*, *genkendelighed* og *kongruens* er til gengæld i allerhøjeste grad et *musikvidenskabeligt* anliggende med indbyggede fænomenologiske, psykologiske og sociokulturelle implikationer. Det er netop musikfagligheden, der har gjort det meningsfuldt at operere med de to forskellige testkonditioner, hvor RAF/t og RAF/r testes separat, og hvor vi empirisk har kunnet påvise tonehøjdeparameterens primære betydning for brandgenkendelsen og brandidentiteten. Samtidig kan det ikke udelukkes, at McDonald's-, Nokia- og JYSK-logoernes høje genkendelsesgrad skyldes den musikalske præeksistens (det sociokulturelle aspekt) lige så vel som melodisk distinkthed (det fænomenologiske og psykologiske aspekt), og således kunne det retrospektivt set have været interessant, hvis der i respondentundersøgelsen også havde indgået et tilsvarende kendt melodilogo, der stammede fra et præeksisterende forlæg, men som rent musikalsk måtte betragtes som indistinkt.

## Noter

- 1 Se typologier og eksempler i Kosfeld (2004, pp. 47-48), Bronner (2004, pp. 38-42; 2007, pp. 84-90), Ringe (2005, pp. 40-43), Krugmann (2007, pp. 57-64), Kilian (2007, pp. 64-65; 2009, pp. 255-256), Straka (2007, pp. 23-40), Kastner (2008, pp. 64-71), Steiner (2009, pp. 40-48), Hofer



- (2009, pp. 54-57), Treasure (2010, pp. 69-71), Ballhausen & Tallau (2011, pp. 53-54) og Anzenbacher (2012, pp. 97-112).
- 2 Se 'The Nokia Story' (<http://www.nokia.com/global/about-nokia/company/about-us/story/the-nokia-story/>). I tyske forskningsbidrag er det desuden telefonselskabet Telekoms melodilogo (foruden Intel-og Nokia-logoerne), der ofte fremhæves som et af de bedst kendte (Kastner, 2008, p. 65; Kilian, 2009, p. 257).
  - 3 Oplysningerne stammer fra en anekdote, angiveligt forfattet af manden (en synthesizer-programmør), der indspillede jinglen, men hvis navn er gået tabt (<http://www.jernbanen.dk/forum/index.php?id=39330>).
  - 4 Af eksempler på budskabskanaler eller 'touchpoints' (på tysk kaldet 'Anwendungskanälen', 'Anwendungsbereichen' eller 'Berührungspunkten'), hvorigennem lydlogoer kan påvirke forbrugere, kan nævnes tv, radio, internet, mobiltelefoner, ventetelefoner, salgs- og servicemiljøer, købsautomater, *Power Point*-præsentationer etc. (se fx Jackson, 2003, p. 6; Bronner, 2004, p. 70; Bronner, 2007, p. 89; Nerpin m.fl., 2007, p. 270; Groves, 2007a, p. 127, 131; Krugmann, 2007, pp. 33-35; Kusatz, 2007, p. 52; Westermann, 2008, p. 154; Nölke, 2009, p. 79).
  - 5 Se I øvrigt Bronner (2004, pp. 39-40), Groves (2007a, pp. 135-147; 2007b, pp. 45-47) og Hofer (2009, pp. 57-58) for gængse idealkriterier for musikalske lydlogoer.
  - 6 Palghat nævner desuden 'Musical Tonality' (dur eller mol), 'Time' (herunder tempo, rytme og metrik) samt 'Texture' (herunder lydstyrke og instrumentation/klangfarve) som karakteriserende elementer i musikalsk lyd og dermed musikalske lydlogoer (2009, p. 29), men udelukker disse elementer fra undersøgelsen.
  - 7 Den halvåbne 5. trin-finalisering i Intel-logoet kan dog opfattes som 'tonikal' og dermed også lukket. Denne opfattelse finder empirisk belæg i det faktum, at sluttonen stort set altid er akkompagneret af en 1. trin-akkord.
  - 8 'Langsomt tempo' og 'hurtigt tempo' svarer i udgangspunktet til henholdsvis længste og korteste tonevarighed i de enkelte melodilogoer, men eftersom enkelte trin 1- og trin 2-versioner på den måde bliver enten uhensigtsmæssigt hurtige eller langsomme, er tempoforskellene justeret og tilpasset i det fornødne omfang, at alle trin 2-versioner repræsenterer en mellemting mellem trin 1- og trin 3-versionerne.
  - 9 Forud for hver enkelt testseance blev proceduren og afkrydsningskemaet forklaret mundtligt, og et indledende eksempel (fire forskellige variationer af Coca-Cola-melodilogoet inklusiv en originalversion) blev gennemgået i plenum for at sikre, at alle var informerede om fremgangs-

- måden. Her blev muligheden for 'tilnærmet brandgenkendelse' også lanceret, idet denne ikke indikeres på afkrydsningskemaet (jf. Tabel 3).
- 10 I den henseende er procentdifferencerne, hvad angår McDonald's-, JYSK- og Elgiganten-logoerne, ikke signifikante.
- 11 De pågældende tre melodilogoer genkendes endda i udpræget grad på baggrund af meloditonerne alene trods fravær af rytmisk information (DAF/t). Dette gælder navnlig Nokia-logoet (96%), hvilket for så vidt ikke er underligt i betragtning af det høje antal toner og den karakteristiske kurvatur, der primært skyldes de nedadgående sekstspring (jf. Eks. 2).
- 12 I en anden undersøgelse, iværksat af det britiske lydbrandingfirma SonicBrand (Jackson, 2006), forekommer ligeledes, men i mindre udtalt grad, et uoverensstemmelsesforhold mellem melodilogogenkendelse (over 90%) og brandgenkendelse (38%), hvoraf de fleste respondenter angiveligt har skrevet 'something computery' eller 'Microsoft' (ibid., p. 39). Selve Dell-associationen i nærværende undersøgelse kan ikke undre, eftersom Intels animerede audiovisuelle logo (Intel Inside®) i en år-række har været fast bestanddel i Dells tv-reklamer. Dette har formentlig været et klogt valg i betragtning af, at Intels højt specialiserede produkter (mikrochips til computere) har fordret samarbejde med andre virksomheder inden for computer-hardware, men det har givetvis også 'sløret' Intels brandidentitet. Se i øvrigt Vonk m.fl. (2007, p. 30) for en diskussion heraf. Hvad angår associationen til 'nyhederne', og 'TV' kan det formodentlig skyldes en påfaldende melodisk lighed mellem det første motiv i TV-2 Nyhedernes introduktionsmusik og Intel-logoet (Bang, 2011, p. 73).
- 13 Det skal dog anføres, at McDonald's-logoet indtil august 2004 faktisk indeholdt et udsunget *McDonald's* foran de øvrige toner (Graakjær, 2011, 256), og det kan meget vel være medvirkende til, at der ifølge resultaterne er en så overbevisende overensstemmelse mellem melodilogo- og brandgenkendelse på den ene side og (korrekt) navngivelse på den anden. At denne oprindelige førstedel er udeladt i nærværende eksperiment, skyldes først og fremmest dens forholdsvis korte eksistensperiode, men det er bestemt tænkeligt, at den for respondenterne har spillet en rolle som en slags *underforstået* element.
- 14 Resultaterne på baggrund af McDonald's-logoet repræsenterer i den henseende et ekstremt og bemærkelsesværdigt eksempel. Ikke blot er der meget overbevisende genkendelsesprocenter ud fra RAF alene (hhv. 97% og 100%); samtlige respondenter i begge testkonditioner har angivet det korrekte brand, og ingen har eksempelvis skrevet 'Burger King' i stedet. Det synes imidlertid rimeligt at antage, at dette ikke blot skyldes logoets distinkthed, men også (og måske især), at det er McDo-

nald's-brandet, der (sammen med Nokia) i højeste grad appellerer til respondentgruppen aldersmæssigt.

15 For Nokia-logoets vedkommende kan dette eventuelt skyldes, at rytmen forekommer som sms-lyd i mange af Nokias mobiltelefoner.

## Referencer

- Aaker, D. A., 2002. *Building strong brands*. Free Press Business: New York.
- Anzenbacher, C., 2012. *Audiologos. Integrative Gestaltungsmaßnahmen vor dem Hintergrund der Musikpsychologie*. Nomos: Baden-Baden.
- Ballhausen, M. and Tallau, C., 2008. Akustische Markenführung – Von der Marken-identität zum akustischen Markenauftritt. *transfer – Werbeforschung & Praxis*, 4, p. 55.
- Bang, K., 2011. *Lydlogoers genkendelighed: Lydbranding i et musikalsk perspektiv*. MA. Aalborg Universitet.
- Bronner, K., 2004. *Audio-Branding: Akustische Markenkommunikation als Strategie der Markenführung*. Grin: München.
- Bronner, K., 2007. Schöner die Marken nie klingen... Jingle all the Way? Grundlagen des Audio-Branding. In: K. Bronner and R. Hirt, eds. *Audio-Branding: Entwicklung, Anwendung, Wirkung akustischer Identitäten in Werbung, Medien und Gesellschaft*. München, pp. 82-96. Reinhard Fischer: München.
- Dietze, H., 2006. *Soundlogos. Einsatz und Wirkung von Soundlogos in der Markenführung und -pflege. Eine Bestandsaufnahme*. MA. Sächsische Akademie der Wissenschaften zu Leipzig.
- Graakjær, N. J., 2011. Om musik i tv-reklamer for McDonald's-kampagnen *i'm lovin'it*. *Akademisk Kvarter*, 2, pp. 250-262.
- Groves, J., 2007a. Sound Branding – Strategische Entwicklung von Markenklang. In: H. Meyer, ed. *Marken-Management 2008/2009. Jahrbuch für Strategie und Praxis der Markenführung*. Deutscher Fachverlag: Frankfurt a. M., pp. 125-148.
- Groves, J., 2007b. A Short History of Sound Branding. In: K. Bronner and R. Hirt, eds.. *Audio Branding: Entwicklung, Anwendung, Wirkung akustischer Identitäten in Werbung, Medien und Gesellschaft*. Reinhard Fischer: München, pp. 40-51.
- Halliday, M. A. K., 1978. *Language as Social semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. Edward Arnold: London.
- Halliday, M. A. K., 1985. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.

- Hodge, R. and Kress, G., 1988. *Social Semiotics*. Polity Press: Cambridge, MA.
- Hodge, R. and Tripp, D., 1986. *Children and television: A semiotic approach*. Polity Press: Cambridge, MA.
- Hofer, J., 2009. *Akustische Signale als Werbemittel im Hörfunk*. MA. Universität Wien.
- Jackson, D. M., 2003. *Sonic Branding: An Introduction*. Palgrave Macmillan: London.
- Jackson, D., 2006. Orchestrating a sound strategy. *Brand Strategy*, 199, pp. 38-40.
- Jensen, S. B., 2010. *Auditiv uforudsigeligheds indflydelse på dannelse af præference og hukommelse af logoer og reklamer*. MA. Copenhagen Business School.
- Kastner, S., 2008. *Klang macht Marken: Sonic Branding als Designprozess*. Gabler: Wiesbaden.
- Kilian, K., 2007. Von der Markenidentität zum Markenklang als Markenelement. In: K. Bronner and R. Hirt, eds. *Audio-Branding: Entwicklung, Anwendung, Wirkung akustischer Identitäten in Werbung, Medien und Gesellschaft*. Reinhard Fischer: München, pp. 54-69.
- Kilian, K., 2009. Klangvolle Markennamen und namhafter Markenklang. In: M. Bernecker and W. Pepels, eds. *Jahrbuch Marketing 2009. Trendthemen und Tendenzen*. Köln: Johanna, pp. 248-267.
- Kosfeld, C., 2004. Sound Branding – eine strategische Säule erfolgreicher Markenkommunikation. In: D. Boltz, ed. *Effizienz in der Markenführung: STERN Bibliothek*. Gruner + Jahr: Hamburg, pp. 44-57.
- Kress, G. and Leeuwen, T. V., 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge: London.
- Krugmann, D., 2007. Integration akustischer Reize in die identitätsbasierte Markenführung. *LiM Arbeitspapiere*, 27, ed. C. Burmann. Universität Bremen.
- Kusatz, H., 2007. Akustische Markenführung – Markenwerte gezielt hörbar machen. *Transfer – Werbeforschung & Praxis*, 1, pp. 50-52.
- Leeuwen, T. V., 1999. *Speech, Music, Sound*. Palgrave Macmillan: London.
- Lindstrøm, M., 2005. *Brand Sense: Build Powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound*. Free Press: New York.
- Nerpin, S., Veit, R. and Heller, M., 2007. The Sound of Vattenfall: Ein Markenversprechen wird vertont. In: K. Bronner and R. Hirt, eds. *Audio Branding: Entwicklung, Anwendung, Wirkung akustischer Identitäten in Werbung, Medien und Gesellschaft*. Reinhard Fischer: München, pp. 266-278.

- Nölke, S. V., 2009. *Das 1x1 des Audio-Marketings: Der Navigator für Audio-Branding und Audio-Interface-Design*. Comevis: Köln.
- Palghat, V. K., 2009. *Hearing, Remembering, and Branding: Guidelines for Creating Sonic Logos*. Ph.D. University of Cincinnati.
- Ramsgaard, J., 2009. *Emotional Profiling of Sound Logos*. MA. Aarhus Universitet.
- Riggins, N., 2007. *Sound's Function in the Branding Process*. MA. University of Kansas.
- Ringe, C., 2005. *Audio Branding: Musik als Markenzeichen von Unternehmen*. VDM Verl. Dr. Müller: Berlin.
- Roth, S., 2005. *Akustische Reize als Instrument der Markenkommunikation*. Wiesbaden: Gabler.
- Sapherstein, M. B., 1998. The Trademark Registrability of the Harley-Davidson Roar: A Multimedia Analysis. *Intellectual Property & Technology Forum*. Boston College Law School.
- Steiner, P., 2009. *Sound Branding. Grundlagen der akustischen Markenführung*. Gabler: Wiesbaden.
- Straka, M., 2007. *Audio-Branding im aktuellen Kontext der Marken-Kommunikation: Zur Struktur und Funktion der Elemente von 'Corporate Sound'*. Diplomica: Hamburg.
- Tagg, P., 1984. Understanding Musical Time Sense. In: Å. Blomström, M. Ramsten, M. Mangs and S. Olofsson, eds. *Tvärspelet - trettioen artiklar om musik. festschrift för Jan Ling*. Musikvetenskapliga Institutionen: Göteborg.
- Tagg, P., 1990. Music in Mass Media Studies: Reading Sounds for Example. In: K. Roe and U. Karlsson, eds. *Popular Music Research*. NORDICOM-Sweden: Göteborg, pp. 103-114.
- Treasure, J., 2010. Sound Affects!. In: K. Bronner, R. Hirt and C. Ringe, eds. *(((ABA)))*: *Audio Branding Academy Yearbook 2009/2010*. Nomos: Baden-Baden, pp. 63-73.
- Vonk, B., Steenfath, M., Ejlertsen, M., Stoorvogel, A. and Saarela, A., 2007. *Braking the Silence*. BA. Lund University.
- Westermann, C., 2008. Sound Branding and Corporate Voice: Strategic Brand Management Using Sound. In: T. Hempel, ed. *Usability of Speech Dialog Systems. Listening to the Target Audience*. Springer: Berlin, pp. 147-155.
- Winther, J., 2012. *Sound Brand Fit. A Cross-modal Study on Perception of Fit between Sound Logos, Visual Logos and Brand*. MA. Copenhagen Business School.

## Neuroviraler

### **Ole Ertløv Hansen**

*Lektor, Ph.d. Ansat som lektor i nye medier ved Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet. Forsker i nye mediers narratologi og æstetik ud fra et mediepsykologisk og oplevelsesmæssigt perspektiv. Har senest været leder af forskernetværket p2p-video om audiovisualitet på internettet. Netværket var finansieret af Det Frie Forskningsråd I Kultur og Kommunikation.*

### **Jonas Bjørn Olsen**

*Cand.mag. i kommunikation. Færdiguddannet i juni 2012 med speciale i virale reklamefilm. Har under sin studietid på Aalborg Universitet udarbejdet flere projekter om virale reklamefilm, og har både teoretisk samt erhvervsmæssig erfaring med emnet.*

I sommeren 2010 fik Christopher Nolans science fiction blockbuster *Inception* premiere. Filmen foregår i en ikke så fjern fremtid, hvor det er muligt at trænge ind i menneskets underbevidsthed via drømme, for enten at stjæle eller plante idéer hos udvalgte mål. Filmens hovedperson Cobb formår både at stjæle og plante idéer fra og i menneskets sind. En vigtig pointe er dog, at idéen ikke skal være skabt af et udefrakommende individ, men at den skal udformes af målet selv. Dette lykkes dog kun, hvis de involverede eksempelvis kender til målets emotionelle svagheder. Neuromarketing har samme formål: Indtræd i målgruppens hjerne via blandt andet neurologiske forsøg og gennemskue hvilke emotionelle knapper - eller buy-buttons - der kan trykkes på for at overbevise modtageren om at købe et produkt eller tage et konkret budskab til sig (Haase et al., 2011).

Samtidig er viral markedsføring en markedsføringsstrategi, som lever i bedste velgående. Flere og flere danske virksomheder ser et potentiale i de sociale medier, hvor både store og små virksomheder uploader deres sjove, imponerende og sexede videoer for at tiltrække forbrugerne og få disse til at videredistribuere deres budskaber. Men hvis neuromarketing har potentiale til at finde frem til



den sikre reklame, i hvilken grad kan neuromarketing så bruges til at finde frem til den perfekte virale succes?

### Neuromarketing i praksis

Neuromarketing forsøger at studere menneskets fysiske reaktion på forskellige visuelle og anden sanselige stimuli. Formålet med neuromarketing er at finde forbrugerens buy-button via observation af forbrugerens fysiske reaktion. Psykologiske undersøgelser baseret på brugen af det klassiske spørgeskema som kvantitativ metode viser, at de udspurgte ofte svarer ukorrekt i undersøgelseerne. Dette skyldes bl.a., at forbrugeren ofte har et misvisende syn på egne forbrugsvaner. Forbrugeren kan eksempelvis have et andet syn på egen sundhedstilstand og generelle usunde og sunde forbrugsvaner. Ergo forekommer det, at modtageren enten bevidst eller ubevidst taler usandt. Dette problem har derfor affødt neuromarketing i et håb om, at forbrugerens krop kan modsige vedkommendes verbale udsagn (Haase et al., 2011).

Neuromarketing tilgås gennem en vifte af forskellige metoder. Markedsføringsguruen Martin Lindstrøm beskriver i sin bestseller *Buyology* fra 2008, hvordan han på daværende tidspunkt udførte en større neurologisk marketingsundersøgelse ved hjælp af hjernescannerne fMRI og EEG med 2000 forsøgspersoner (Lindstrøm, 2008). Bl.a. Schjødt problematiserer metoden og argumenterer for, at neuromarketingsundersøgelser ved brug af hjernescannere er en metode, som ikke er udviklet nok til at kunne konkludere noget konkret (Haase et al., 2011). Et faktum som Martin Lindstrøm selv er klar over, da han også i *Buyology* pointerer, at man skal tage hans konklusioner med et gran salt (Lindstrøm, 2008). Ikke desto mindre kan bl.a. Lindstrøm påvise klare tendenser til en sammenhæng mellem visuelle stimuli og neurofysiske reaktioner, men det er naturligvis vigtigt, at man forholder sig kritisk til Lindstrøms konklusioner, da han ofte tolker bredt, lettere fantasifuldt og med udgangspunkt i en snæver medieteoretisk forståelse, som vi diskuterer i et senere afsnit.

*Eye-tracking* er en anden metode. Her observerer forskeren forbrugerens blikretning, når vedkommende ser en reklame f.eks. i form af et billede eller bevæger sig rundt i et butikcenter. Dette giver forskeren et indblik i hvilke virkemidler i reklamer og produktindpakninger, der fanger modtagerens opmærksomhed. Eye-tracking er den metode, som oftest benyttes i virksomheder, da det er en langt lettere og billigere løsning end hjernescannere. I forlængelse



af eye-tracking kan menneskets mimik studeres, imens den pågældende forsøgsperson ser en reklamevideo, et billede eller læser en tekst. Ud fra disse observationer vurderer man at kunne aflæse om personens reception af reklamen er positiv eller negativ (Affective.com). Udover eye-tracking kan også forsøgspersoners puls og hudfugtighed måles, for således at observere hvornår og hvordan der forekommer en bestemt fysisk reaktion som følge af de udvalgte stimuli.

Om end visuelle stimuli for ovenstående er den vigtigste faktor, er stimulering af de resterende fire sanser, som ikke benyttes i klassisk medieformidlet markedsføring: lugt-, føle-, høre- og smagssansen ikke ukendt. I bogen *Brand sense* beskriver Martin Lindstrøm, hvordan en virksomhed kan brande sine produkter ved hjælp af alle fem sanser. Her konkluderer Lindstrøm bl.a., at den mest optimale markedsføring udføres ved stimulering af alle fem sanser hos modtageren. Jo flere sanser der stimuleres, desto større mulighed er der for at fange modtagerens opmærksomhed (Lindstrøm, 2005).

Neuromarketing som metode bevæger sig væk fra de sædvanlige kvalitative og kvantitative metoder. Fra at være af samfundsvidenskabelig eller humanistisk karakter er trenden vendt mod naturvidenskaben, og det betyder, at vi betragter modtageren ud fra en ny vinkel. Dermed sker der et radikalt paradigmeskift, som er værd at studere nærmere.

### Den emotionelle forbruger

Metoder som de ovennævnte er af naturvidenskabelig karakter og tager som udgangspunkt, at vi som forbrugere handler ud fra bestemte biologiske mekanismer, disse kan eksempelvis aflæses ved at studere de områder i hjernen der aktiveres, når der forekommer en emotionel reaktion. Visse forskere fordrer eksempelvis, at vi oftest handler ud fra irrationelle og særligt følelsesladede motiver – at vi med andre ord ikke handler ud fra en rationel tankegang, når vi f.eks. køber ind i supermarkedet, eller når vi står og skal vælge en ny musikafspiller, computer eller mobiltelefon. Derfor kan den rette markedsføring udgøre tungen på vægtskålen. Dette indikerer dog også, at vi handler ud fra bestemte biologiske emotioner. En velkendt frase er eksempelvis, at børn, dyr og sex altid sælger (Sepstrup & Fruensgaard, 2010). Forsker og psykolog Max Sutherland forklarer uddybende, at en af grundene til at sex og humor er to populære virkemidler i markedsføring er, at de fanger modtagerens

opmærksomhed. Sex har den effekt, at det stimulerer vores naturligt funderede ønske om at være attråværdige for det modsatte køn, samtidig med at vores lyst efter det modsatte køn også bliver aktiveret - alt afhængig af hvilket køn man tilhører og hvem der bliver fremvist i reklamen (Sutherland, 2008). Humor er et populært virkemiddel, da modtageren sænker paraderne overfor det kommunikerede, eftersom det humoristiske element mere forsøger at underholde end at sælge. Modtageren betragter altså reklamen som underholdning frem for en anmassende salgstale.

Endnu en grund til at forbrugeren mange gange handler ud fra emotioner er, at rationelle tanker tager for lang tid (Haase et al., 2011). Når vi på en travl hverdag står i supermarkedet og skal vælge mellem to relativt ens produkter, dem, der ifølge Sutherland, besidder svag værdi (se nedenfor), så er den endelige beslutning baseret på emotioner og hverken økonomiske eller praktiske krav til det pågældende produkt.

### Den rationelle forbruger

Tanken om den emotionelle forbruger bliver dog også problematiseret af Max Sutherland. Han skriver, at vi ikke blot er emotionsdrevne individer, men at vi også handler ud fra rationelle tanker. Sutherland skelner her mellem produkter med stærk værdi og produkter med en svagere værdi. Sutherland mener, at produkterne med stærke værdier skal beskues i to former for værdier: En økonomisk/praktisk og emotionel værdi. En bil er eksempelvis af en større økonomisk og praktisk værdi for de fleste forbrugere, hvori mod en rejse til udlandet både kan have en emotionel og økonomisk værdi. Produkterne med en svagere værdi er dem, som vi ser i de supermarkeder, hvor vi normalt handler. Disse er eksempelvis shampoo, sæbe og andre hverdagsprodukter (Sutherland, 2008). Der bliver derfor også skelnet mellem disse produkter hos forbrugeren, når de skal tage en beslutning, mener Sutherland. Det er, med andre ord, lettere for virksomheder at overbevise forbrugere ved hjælp af følelsesladede kommunikative virkemidler, når det drejer sig om de værdisvage produkter end de produkter, som har større økonomisk og praktisk betydning for forbrugeren. Når forbrugeren skal beslutte sig for at købe en rejse, et hus eller en bil, ligger der derfor en større rationel beslutning bag.

Neuromarketing tilhører, som antydnet tidligere, ikke de klassiske hermeneutiske, fænomenologiske eller konstruktivistiske tanker,

som har domineret og stadig dominerer humanismen. Neuromarketing knytter an til naturvidenskaben og dermed positivismen.

Positivismen er læren om det givne – det virkelige og det nyttige. Positivismen var i høj grad et opgør med det metafysiske og idéen om at fænomener bliver skabt af overnaturlige skabninger (Collin et al., 2007).

Positivismen betragter endvidere det som vi kan måle, veje og erfare via sanserne som værende det sande. Resten er blot postuler. Neuromarketing har samme forståelseshorisont. Det, vi sanser, er i fokus. Der bliver målt og observeret på forbrugerens hjerne, ansigt og krop, og ud fra dette konkluderes der. Der tages ikke højde for, hvor forbrugeren kommer fra, og hvem forbrugeren er. Ikke alle neuropsykologer hælder dog entydigt til det positivistiske verdensbillede. Den anerkendte psykolog Antonio Damásio opfatter mennesket som værende både biologisk og socialt funderet, da han mener, at forbrugerens neurologiske respons kan skyldes både biologiske faktorer og det miljø, som vedkommende er blevet opfostret i (Damásio, 1994). Endvidere mener Damásio ikke, at rationalitet og irrationalitet nødvendigvis modarbejder hinanden, som er den klassisk freudianske psykoanalyses antagelse, men at de to motivationer samarbejder og supplerer hinanden (Damásio, 1994):

Nor this to say that when feelings have a positive action they do the deciding for us; or that we are not rational beings. I suggest only that certain aspects of the process of emotion and feeling are indispensable for rationality. At their best they point us in the proper direction, take us to the appropriate place in a decision-making space, where we may put the instruments of logic to good use. (Damásio, 1994, p. xiii).

Emotionerne leder os på den rette vej, eller den vej som afsenderen eller virksomheden ønsker, hvorefter vi kan tage de rationelle beslutninger. Men hvis vi følger Damasio og indtænker at emotioner og rationalitet altid er til stede ved købsbeslutninger, hvilken typer forbruger er der så tale om?

### **Den værdibaserede forbruger**

Den nyeste tendens inden for forbrugerforskning og forbrugerbehaviorisme er marketing 3.0, som er centreret omkring værdibaseret

forbrug. Forbrugeren ser et produkt, som bryster sig af være både fair trade og økologisk via to forskellige symboler på indpakningen. Produktet får derfor merværdi og større betydning. Der er derfor tale om et produkt, som giver forbrugeren følelsen af at have støttet et godt formål (Brandbase.dk). Der opstår derved en følelse af empati hos modtageren, når vedkommende specifikt handler disse former for produkter. Man kan derfor argumentere for, at et værdibaseret forbrug er en blanding mellem rationelle tanker og følelsesbetonede motiver. Dette udfordrer dele af Sutherlands forskning, da selv de mere betydningsløse produkter netop her får betydning og værdi i kraft af sentimental merværdi.

Man kan argumentere for, at det store fokus på emotioner netop er neuromarketings akilleshæl, da den kritiske forbruger bliver glemt, ifølge forsker Uffe Schjødt (Haase et al., 2011). Neuromarketing implicerer et kommunikationssyn, som fordrer en generalisering af virkemidler i alle reklamer. Hvis neuromarketing bliver en succes i fremtiden, og det lykkes at finde frem til den perfekte reklame eller forbrugers buy-button, så vil alle virksomheder sandsynligvis benytte dette virkemiddel i håb om at få kommerciel succes. Dette resulterer vel i, at alle reklamer kommer til at ligne hinanden og dermed, at alle reklamer bliver ét med tapetet. De bliver, med andre ord, hverdagsobjekter, som ikke længere er iøjefaldende. Vil modtageren i så fald opfange det kommunikerede, eller skal vi blot sætte vores lid til, at det bliver opfanget af underbevidstheden? Netop det iøjefaldende har været og er det absolutte grundlag for en anden stor marketingtrend: Viral markedsføring.

### **Viral markedsføring**

Viral markedsføring er et bredt fænomen. Ordet 'viral' stammer fra 'virus', noget der spreder sig fra menneske til menneske via mennesket selv på internettet eller via ansigt-til-ansigts kommunikation. Der er derfor tale om en markedsføringsstrategi, der fordrer, at modtageren både fungerer som modtager og afsender. Qua dette er der to afsendere i strategisk viral markedsføring: Virksomheden og forbrugeren. Der er derfor tale om en strategi, som i høj grad er dialogisk, og ifølge lektor, ph.d Thomas Hestbæk Andersen og Flemming Smedegaard fra Syddansk Universitet er der større sandsynlighed for at kommunikationen gavner virksomheden økonomisk, hvis der opstår en dialog mellem afsender og modtager (Andersen & Smedegaard, 2009). Viral markedsføring startede dog ikke med Internet-

tets fremgang i 1990'erne. Det startede alt sammen med begrebet *word of mouth* (Sepstrup & Fruensgaard, 2010).

### Word of mouth

Word of mouth er en del af menneskets natur. Når vi ser eller oplever noget positivt eller opsigtsvækkende, så har vi en tendens til at sprede dette budskab til de omkringværende mennesker. Dette kan enten være simple ting som en vittighed eller en humoristisk eller tragisk historie fra det virkelige liv. Og dette kan med stor succes benyttes som markedsføringsstrategi. Det har både Earl Elias Tupper og Martin Lindstrøm bevist.

Under Den Store Depression i 1930'ernes USA var opfinderen Earl Elias Tupper i fuld gang med at opfinde trivielle hverdagsobjekter, som dog ikke fik større kommerciel succes (Penenberg, 2009). Det skulle dog senere vise sig, at Toppers held ville vende markant. Og det startede først og fremmest med en lille beholder, det senere så kendte Tupperware, der blev solgt via såkaldte Tupperware parties.

Det Earl Elias Tupper opdagede var, at den personlige relation mellem sælgeren - som blev en form for afsender - og modtageren, kunne udgøre en succes, hvor andre og mere traditionelle medier fejlede, da afsenderens motiv ikke længere fremstod som værende bundet i et økonomisk øjemed at sælge for at gavne sig selv, men i stedet at sælge for at gavne køberen. I kraft af dette faktum blev den kommercielle interesse bag mødet tilsløret af personlige relationer og tilsyneladende empatiske intentioner.

I løbet af de sidste 60 år har dette faktum ikke ændret sig. Dette påviser Martin Lindstrøm i værket *Brandwashed*.

I *Brandwashed* beskriver Lindstrøm et eksperiment, som blev udført for ikke så lang tid siden. Lindstrøm og hans team castede en sydcalifornisk familie bestående af en mor, far og to børn. En typisk amerikansk familie med en ganske almindelig middelindkomst. Lindstrøm var inspireret af filmen *The Joneses* fra 2010, hvor en familie lever af at markedsføre produkter til naboer og venner. Dette ville han afprøve i praksis (Lindstrøm, 2011). Hans idylliske familie fra Californien skulle vise sig, at besidde samme overbevisningsevne som Toppers kvinder. De solgte produkterne. Lindstrøm opdagede endvidere, at det var betydeligt lettere for moderen i familien at overbevise sine venner om at købe produkterne, end det var for faderen at overbevise sine venner. Han

konkluderer, at faderens venner ofte udfordrede faderens anbefalinger. Det er altså vanskeligere at overbevise mænd end kvinder. Lindstrøm opdagede også, at budskabet hurtigt blev viralt. Det spredte sig via word of mouth til andre end bare naboer og venner, da naboerne og vennerne til familien spredte budskabet videre til deres individuelle omgangskreds.

Eksperimentet og filmen *The Joneses* er dog ikke blot fiktion. I USA kan man i dag melde sig som en såkaldt 'buzz agent' på *buzzagent.com*. Her kan man afprøve produkter gratis, hvis man vil reklamere for disse produkter via word of mouth og word of mouse. Der forekommer altså skjulte reklamer alle steder. Selv fra vores venner og familie.

Paradoksalt nok så står Martin Lindstrøm hermed for at præsentere to forskellige syn på, hvad der får forbrugere til at handle. I bogen *Buyology* er konklusionerne bygget op omkring formlen: produkt – neurologisk reaktion – handlen. I *Brandwashed* er formlen: produkt – social forhandling (værdisættelse) – handlen. Lindstrøm tjener sit udkomme på at rådgive marketingbranchen og en grundlagskritisk diskussion af hvilken af de to metoder, der skal vægtes med størst betydning, står derfor hen i det uvisse. Ikke desto mindre vil vi i det næste forfølge specielt den sociale forhandling lidt nøjere.

### Word of mouse

Word of mouse foregår i det virtuelle univers. På internettet. Det er her, hvor brugerne videresender virtuelle budskaber, reklamer og blogs til hinanden via internettets forskellige portaler og sociale medier som Facebook, Reddit, MySpace, Pinterest, Google + eller diverse chatrum og fora. Penenberg mener, at det er en del af vores biologiske dannelse at være social. Vi er en social race. At være social gavner ligeledes vores humør, da vi simpelthen bliver lykkeligere af at være sociale. Undersøgelser påviser desuden, at vi lever længere, og at vi generelt set har et bedre helbred, hvis vi er sociale og har et tæt netværk af familie og venner. Dette gælder selvom kontakten blot foregår telefonisk eller via internettet (Penenberg, 2009).

I kraft af behovet for at modtageren bliver en af afsenderne, er der også krav til beskeden, som bliver kommunikeret, og især hvordan denne besked bliver kommunikeret, da modtageren sandsynligvis ikke har lyst til at blive udstødt af sit netværk. Derfor er virtuel viral markedsføring underholdning. Som belønning for underhold-

ningen får virksomheden som regel lov til at reklamere for sit produkt på den ene eller anden måde (Penenberg, 2009).

I enhver kultur er der en konsensus om, hvad der er godt, hvad der er dårligt, og hvad der er almindeligt. Denne konsensus kaldes *enighedens akse*. Ifølge virksomheden Goviral handler det dog ikke om at følge denne akse men at bryde den. Hvem vil eksempelvis se et tv-show om en almindelig familie i almindelige situationer? Ingen. Vi vil se tabuer, hemmeligheder, det utroligt sjove og det bizarre. Paradoxsalt nok er det de to poler, som vi bliver tiltrukket af, selvom vi helst gerne selv vil tilhøre midten og dermed nulpunktet (Issuu.com). Derfor er det vigtigt, ifølge Goviral, at lave en historie som er grænsesøgende, ny og opsigtsvækkende. Dette kan indbefatte forskellige former for virkemidler.

Inden for filmteorien har bl.a. Torben Grodal givet et bud på, hvordan æstetiske udtryk og kognitiv og emotionel effekt spiller sammen. Netop Grodal er interessant, da han giver et indblik i forholdet mellem de reaktioner, som neuromarketing vil måle og de udtryk, som viraler benytter sig af.

I uddrag ser Grodals, for denne artikels væsentligste, teoretiske genrer ud som følger (Grodal, 1997):

*Horror narrativer* med høj grad af identifikation med det handlende subjekt og indlevelse i dennes aversioner – den klassiske skrækfilm, hvor vi lider i fællesskab med sagesløse ofre. Om end autonome reaktioner er hyppige, er der typisk tale om stærke emotionelle spændinger.

*Skizoide narrativer*, der bevidst søger at hindre identifikationsformer på basis af en modarbejdelse af funktionelle emotionssignaler fra de agerende subjekter – den subtile skrækfilm, hvor narrationen betinger, at tilskueren frasiger sig de empatiske identifikationer som f.eks. i klassiske 'Dr Jekyll & mr Hyde' plottyper. Den psykoanalytisk definerede voyeuristiske skuen kan ligeledes indplaceres her. Den samtidige kombination af fascination og afsky.

*Komiske narrativer* forsøger ligeledes at hindre egentlig identifikation med det handlende subjekt, men modsat horror og skizoide narrativer arbejder den mod forløsning via den autonome reaktion latter og ikke via afsky.

*Metafiktive narrativer*, der bevidst søger at iscenesætte deres egen status som narrationer og dermed baserer sig på en bestemt reflektiv distanceret oplevelsesform – vi ved som tilskuere godt, at



vi er tilskuere til et konstrueret artefakt, som 'ved' at vi er tilskuere, der godt ved at vi er tilskuere.

Skræk, rædsel, latter og indforstået humor, der i det virale univers er det typiske fundament for det grænsesøgende og opsigtsvækkende, er således teoretisk veldefinerede emotionelle genrer. Kombineret med neuromarketings søgen efter the buy-button, kunne man teoretisk formode at det på samme vis skulle være muligt at finde den ultimative skræk, rædsel osv. button, det ultimative æstetiske udtryk for det sjove, bizarre og tabubelagte. På samme måde som neuromarketing opererer med en simpel model for sammenhængen mellem sansning og effekt, så gør Grodal det i princippet også. I et senere værk har han benævnt dette PECMA (perception-emotion-cognition-motor action) (Grodal, 2009) og beskriver det som et flow fra sansning mod handling. Denne model følger Damasio's relation mellem emotioner og kognition og peger på, at følelser guider vores beslutninger. Men modellen har også det problem, at den reelt set er bottom up drevet. Om end Grodal er bevidst om dette (jf. Grodal, 2009, pp.152-157), så forbliver de top down relationer, han peger på, i en form for lukkede relationer mellem det sansende individ og artefaktet. Inddragelse af kulturelle eller mediebestemte relationer berøres kun perifert. Med Grodal har vi således et system til at beskrive de elementer, som viralen kan benytte sig af for at opnå sin udtryksmæssige effekt, men vi mangler nok i tillæg en beskrivelse af, hvordan den opleves som kommunikation.

### I et kommunikativt perspektiv

I sin bog *Understand Media Culture* skriver Jostein Gripsrud, at hele menneskets liv er dannet ud fra den opfattelse, at vi bliver påvirket af det vi sanser. Visse elementer i film bliver bl.a. censureret, så mediet ikke risikerer at beskadige mennesket psykisk, og mange undervisningsinstitutioner vælger de bøger, som de mener udvikler elevernes sociale evner og tolerancetærskel (Gripsrud, 2002).

Gripsrud beskriver tre forskellige kommunikationssyn. Disse kommunikationssyn repræsenterer forskellige måder at se en given modtager på, og det er derfor en essentiel del af enhver form for forskning og kommunikationsstrategi. Der er tale om følgende: det almægtige medie, det magtesløse medie og det mægtige medie.

Indtil 1940'erne var det den gængse opfattelse, at man kunne påvirke modtageren ved blot at indsprøjte et budskab i modtageren. Om denne kommunikationsforståelse bliver begrebet 'hypodermic

needle theories', eller på dansk 'kanyleteorien', ofte benyttet:" (...) researchers thought that the media could inject values, attitudes, and ways of thinking and behaving directly into the heads of the defenceless public." (Gripsrud, 2002, p. 42).

Gripsrud kalder dog denne kommunikationsforståelse for det 'almægtige medie'.

Mellem 1940'erne og 70'erne ændrede dette sig dog radikalt. Denne forståelse kaldes 'det magtesløse medie'. I denne tidsperiode var den dominerende holdning, at mediet blot havde en begrænset effekt på modtageren, medmindre det kommunikerede indhold var identisk med modtagerens egne holdninger: "(...) the media could not have much of an influence on people unless it played into what people already thought (...)" (Gripsrud, 2002, p. 43).

Man gik derfor fra at betragte modtageren som værende forsvarsløs overfor mediernes påvirkning til at betragte modtageren som værende kritisk.

Den sidste forståelse er en fusion af de to foregående. Denne forståelse havde sin fremgang i begyndelsen af 70'erne og var et biprodukt af en undersøgelse af mediernes effekt på modtagerne under en valgkamp i Nordamerika. Undersøgelsen påpegede, at medierne ikke nødvendigvis bestemte, hvad de tænkte, eller mente, men nærmere hvad de tænkte på: "(...) the media did not so much determine what people were thinking but they had a definite influence on what people were thinking about." (Gripsrud, 2002, p. 43).

Hvis alle forbrugere eksempelvis blev eksponeret for brandet Coca Cola konstant, så ville vi sandsynligvis tænke på Coca Cola, men det ville ikke være sikkert, at vi ville få lyst til læskedrikken af samme navn. Der er derfor ikke altid en sammenhæng med vores forbrugsvaner og de produkter, vi kender til og husker bedst.

Om end Gripsruds tre kommunikationssyn er en noget generaliseret oversigt over de mange nuancer af medie og kommunikationsforståelser, der har floreret, så viser den de tre overordnede ekstremer i måden at betragte forbrugeren som del af en kommunikation på. Forbrugeren er passiv og budskaber overføres og udleveres; forbrugeren er aktiv og vælger kritisk selv de budskaber, der giver mening for den enkelte; forbrugeren er aktiv, registrerende og interagerende og forhandler sig frem til de budskaber, som processeres i den sociale praksis.

Med en forståelse for neuromarketing, viralers æstetik og distribution samt et overordnet blik på kommunikationsgrundforståelser,

er det nu muligt at give en diskussion af og konklusion på, hvorvidt neuromarketing kan bidrage til virale succeser.

### Konklusion

Ovenstående betragtninger giver et indblik i, hvor viral markedsføring og neuromarketing ligger i et strategisk og modtagerorienteret perspektiv. Som skrevet før mener Schjødt, at neuromarketing ikke inkluderer den kritiske modtager i ligningen. Dette indikerer, at neuromarketing hører til den førstnævnte kommunikationsforståelse, selvom denne traditionelt set er afsenderorienteret og neuromarketing er modtagerorienteret. Professor og forsker Kim Schrøder argumenterer dog for, at den måde, man så på mediernes effekt på modtageren frem til 1940'erne, afspejler den måde, man ser på modtageren ud fra det mål, som metoden har: at finde forbrugers buy-button, som får forbrugeren til at handle produktet ved aktivering (Kommunikationsforum.dk).

Viral markedsføring er, som skrevet tidligere, afhængig af modtagerens goodwill. Dette gælder særligt word of mouse. Den kritiske, forhandlende eller kommunikerende modtager spiller derfor en stor rolle i markedsføringsstrategien, da det også er en modtagerorienteret markedsføringsstrategi. Det er et krav, at modtageren bevidst synes godt om det, der bliver sendt rundt enten verbalt eller virtuelt. Ellers bliver kampagnen ikke en viral succes. Dog er viral markedsføring også baseret på den personlige afsender, en ven eller bekendt, så der er også et vigtigt afsenderaspekt. Når man som afsender deler en video i et netværk til en ven, bekendt eller familie, så handler det også om vedligeholdelse af sit image og sin position i det pågældende netværk. Man mister derfor ansigt blandt modtagerne, hvis videoen overskrider nogle helt konkrete socialt og kulturelt bestemte grænser i en alt for radikal grad. Man kan gå til grænsen, men helst ikke over. Forbrugeren har altså et netværk og ego, som vedkommende skal opretholde. Det er ved denne grænse, at forbrugers rationelle motiver træder i kraft, til trods for at vedkommende er blevet emotionelt tiltrukket af viralens indhold. Damásios banebrydende resultater støtter op om denne hypotese, da der her både indgår en emotionel og rationel reaktion.

Det er bl.a. her, at neuromarketing og viral markedsføring går i forskellige retninger, og paradoksalt nok er neuromarketing en gammeldags måde at tænke på, selvom det er et nyt fænomen i markedsføringskredse, som de førnævnte kommunikationsforståelser

indikerer. Qua dette sker der et tydeligt brud med viral markedsføring. I viral markedsføring, og markedsføring generelt, er den sociale og kulturelle kontekst alfa og omega. Det samme gælder ikke for neuromarketing, da paradigmet fordrer, at vi alle har en købeknap, som afsenderen kan aktivere uden, at vi kan modstå det. Den kulturelle og sociale kontekst spiller altså ikke en rolle. Resultatet af en undersøgelse blot baseret på resultater fra neuromarketing kan derfor have visse komplikationer. Forsøgspersonen kan udvise en form for positiv respons overfor viralen, i form af f.eks. det fulde oplevelsesmæssige flow, som Grodal beskriver, men i kraft af tabuer og den pågældende sociale og kulturelle norm har modtageren ikke intentioner om at sende videoen videre. Derfor bryder paradigmet med de fundamentale regler i viral markedsføring.

Kend modtagerens buy-button og/eller dyrk den grænsesøgende æstetik, og du vil kunne fange modtagerens opmærksomhed, og opmærksomhed er primus motor i en succesfuld viral reklamevideo. Men hvis man blot går efter det, som modtageren synes godt om, forsvinder det kontroversielle element i videoerne, og så skaber det ikke opmærksomhed. Og hvis alle videoer ligner hinanden, vil vi så sende dem videre til vores venner og bekendte? Samtidig er en stor del af viral markedsføring at følge eller selv starte en trend, og dette fordrer neuromarketing ikke, da det forsøger at afdække modtagerens buy-button, og de helt specifikke måder, hvorpå vi kan påvirke modtageren. Hvis denne købeknap bliver eksponeret for markedsføringsbureauerne, er der ikke længere behov for fornyelse. Neuromarketing kan dog stadig her benyttes som en metode til en grundig analyse af receptionen af viralen, inden denne lanceres. Men kan resultatet benyttes i sidste ende? Ligesom interviewpersonen kan tale usandt, kan modtagerens fysiske reaktion på visse virkemidler også forråde modtagerens faktuelle holdning til indholdet. Det, vi ikke nødvendigvis udviser en glæde for, kan stadig blive viralt, da det kontroversielle og groteske stadig tiltrækker os, jf. Grodals emotionelle genrer, selvom vi har en negativ holdning til indholdet. Dette paradoks er til stede, men risikerer at blive glemt, hvis kun det eksplicite i modtagerens fysiske respons bliver den universelle sandhed, og hvis kun neuromarketing benyttes som metode. Derfor kan neuromarketing med fordel suppleres af de mere traditionelle empiriske metoder. Grundig forståelse og udarbejdelse af viraler kræver derfor en indsigt i både det neurologiske, æstetiske og sociale.

Til trods for at neuromarketing er blevet et buzzword, og at flere virksomheder vælger at benytte sig af denne metode, er den menneskelige hjerne, på mange måder, stadig et mysterium. Derfor er vi ikke helt nået til det punkt, hvor vi effektivt og uden fejlkilder kan plante idéer hos forbrugerne og stjæle deres tanker. Men hvis koden til samspillet mellem den menneskelige oplevelse og sociale forhandling heraf knækkes, er idéen bag *Inception* ikke kun fiktion.

Den er realistisk.

## Referencer

- Affectiva.com. [http://www.affectiva.com/affdex/#pane\\_overview](http://www.affectiva.com/affdex/#pane_overview)
- Andersen, T. H., Smedegaard, F., 2009. *Kommunikationsplanlægning*, Samfundslitteratur: Frederiksberg.
- Brandbase.com. <http://www.brandbase.dk/vidensbasen/artikler/son-artikler/nr-29/det-besverlige-verdibaserede-forbrug>.
- Collin, F., Flor., J. R., m.fl., 2007. *Humanistisk Videnskabsteori*, DR Multimedie: Viborg, 2. udgave, 4. oplag.
- Damásio, A. R., 1994. *Descartes' Error*, Avon Books Inc.: New York City.
- Gripsrud, J., 2002. *Understanding Media Culture*, Arnold: London.
- Grodal, T., 1997. *Moving Pictures. A New Theory of Film Genres, Feelings, and cognition*, Clarendon Press: Oxford.
- Grodal, T., 2009. *Embodied Visions. Evolution, Emotion, Culture and Film*, Oxford University Press, New York
- Haase, M., Paldam, C., Schjødt, U., 2011. *Reklamepsykologi – mellem biologi og kultur*, Systime: Århus.
- Issuu.com. [http://issuu.com/christianbudtz/docs/viral\\_marketing\\_handbook](http://issuu.com/christianbudtz/docs/viral_marketing_handbook)
- Kommunikationsforum.com. <http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/er-neuromarketing-universalloesningen>
- Lindstrøm, M., 2005. *Brand Sense*, Børsens Forlag: København.
- Lindstrøm, M., 2011. *Brandwashed*, L&R Business: New York.
- Lindstrøm, M., 2008. *Buyology*, Børsens Forlag: København.
- Penenberg, A. L., 2009. *Viral Loop*, Sceptre: London.
- Sepstrup, P., Fruensgaard, P., 2010. *Tilrettelæggelse af Information. Kommunikations- og kampagneplanlægning*, Academica: Viborg, 4. udgave.
- Sutherland, M., 2008. *Advertising and the Mind of the Consumer*, Allen & Unwin: Crows Nest, 3rd edition.

# Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi

## **Rikke Schultz**

*(cand.psych.) er psykolog ved Liaison-klinikken, Psykiatrisk Center København og ekstern lektor ved Aalborg Universitet, tilknyttet Cognitive Psychology Unit og professionsprogrammet KANUK. Hun beskæftiger sig med kognitiv adfærdsterapi og behandler bl.a. somatoforme smertetilstande.*

**Sidsel Søndergaard Baastrup** (cand.psych.aut.) er psykolog ved PPR, Billund Kommune. Hun er herunder tilknyttet Fællesrådgivningen (Campus Grindsted), hvor hun beskæftiger sig med individuel intervention samt gruppe-baseret kognitiv adfærdsterapeutisk psykoedukation til frafaldstruede elever på ungdomsuddannelserne.

## **Tia Hansen**

*(psykolog, mag.art., ph.d.) er lektor ved Aalborg Universitet, tilknyttet vidensgruppen Cognitive Psychology Unit og leder af professionsprogrammet KANUK (Klinik for Anvendt Neuro-, Udviklings- og Kognitionspsykologi), der uddanner psykologer, som vil arbejde med forskellige grupper marginaliserede voksne med afsæt i 3. generations kognitiv adfærdsterapi.*

## Abstract

Kroniske smerter er en stigende udfordring for sundhedsvæsenet og en livskvalitetsforringende belastning for de berørte. Kognitiv adfærdsterapi (KAT) har dokumenteret effekt ved kroniske smerter, men specifikke KAT-metoder er ikke tilstrækkeligt empirisk afprøvede. Vi udviklede og afprøvede et gruppebaseret interventionsprogram, funderet i KAT-teknikken psykoedukation, rettet mod smertehåndtering ved fibromyalgi (FM). Artiklen giver en kort indføring i interventionen og resumerer et kvasiexperimentelt studie af dens effekt, muligheder og begrænsninger. I studiet deltog 15 FM-diagnosticerede kvinder i alderen 38-63 år, fordelt på kontrol- og interventionsgruppe. Interventionsgruppen fik et behandlingsforløb på fem



Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Baastrup

sessioner. Før, efter og fire uger senere udfyldte deltagerne selvrapporterings-skalaerne Coping Strategies Questionnaire (CSQ), Pain Catastrophizing Scale (PCS) og Short Form 36 Health Survey Questionnaire (SF-36). Enkelte skalaer viste effekt, som tyder på, at interventionen i et vist omfang kan påvirke FM-ramtes copingstrategier og oplevede funktion på hensigtsmæssig vis. Interventionen anbefales justeret og afprøvet på en større gruppe.

## 1. Introduktion

Kroniske smerter anses for en af de hyppigste årsager til menneskelig lidelse, invaliditet og nedsat livskvalitet (Jensen, Dahl og Arendt-Nielsen, 2009). I klinisk praksis defineres smerter som kroniske, når de har varet mere end 6 måneder og ikke responderet på tilgængelig behandling. Op mod 10 % af den voksne befolkning har behov for specialiseret smertebehandling, og det skønnes, at behovet er stigende (ibid.; Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2012).

Da medicinske behandlingsmuligheder ved kroniske smertelidelser er stærkt begrænsede, udgør populationen en vedvarende økonomisk og faglig udfordring for sundhedsvæsnet (Jensen, Dahl og Arendt-Nielsen, 2009). I forsøget på at løse udfordringen, søges der efter større biomedicinsk viden om smertelidelsers oprindelse, forløb og respons på medicin. Også psykosociale interventionsformer til forbedring af selvhjulpethed, funktionsniveau og livskvalitet hos mennesker med kroniske smerter bør udforskes, hvilket denne artikel søger at bidrage til.

Undersøgelser har vist væsentlige psykologiske aspekter ved kronisk smertetilstande. Blandt andet ses ofte angst og depression, og der er en sammenhæng mellem bestemte, uhensigtsmæssige copingstrategier og kroniske smertepatienters tilpasningsevne, subjektive velvære og funktionsniveau (Jensen, Turner, Romano og Karoly, 1991).

Opdagelsen af disse sammenhænge samt en mere nuanceret forståelse af smertens multifaktorielle karakter har de sidste årtier øget interessen for psykologisk behandling af populationen (Winterowd, Beck og Gruner, 2003).

Effekten af kognitiv adfærdsterapi (KAT) ved kroniske smertelidelser er fastslået empirisk, men det er uklart, hvorvidt specifikke KAT-metoder kan stå alene, og om nogle metoder er bedre egnede til behandling af specifikke smertepopulationer end andre, da der er tale om en stor, heterogen gruppe (Morley, 2011; Vlaeyen og Mor-



ley, 2005). Der er således fortsat stort behov for udvikling og afprøvning af behandlingsprogrammer til kronisk smerteramte (Morley, 2011). Specifikt er fibromyalgi (FM) en kronisk smertelidelse med få behandlingstilbud på trods af et udpræget behandlingsbehov (Jensen et al., 2009).

Metaanalyser af KAT til FM-ramte viser, at metoden har bedre effekt end andre terapiformer, og KAT anbefales som en af de bedst mulige behandlingsformer til FM af blandt andre The American Pain Society (Glombiewski, 2010; Häuser, Thieme og Turk, 2010).

Psykoedukative behandlingsprogrammer i gruppe er en interventionsform, der aktuelt benyttes på flere tværfaglige behandlingssteder i Danmark, uden der endnu er tilstrækkelig dokumentation for effekten. Specifik viden om behandling af FM med psykoedukation er sparsom. En litteratursøgning i PubMed og PsycINFO på *fibromyalgia* AND *psychoedukation/psychoeducational* gav 16 hits i alt i perioden 1997 til nu. Ti af disse vurderedes at indeholde relevant viden for undersøgelsen. Studierne viser en lille effekt af interventionsformen, mens yderligere forskning på området anbefales (Häuser et al., 2010).

På denne baggrund udviklede og afprøvede vi et manualiseret psykoedukativt behandlingsprogram, som kan tilbydes FM-ramte i Danmark og danne udgangspunkt for tilpasning.

Artiklens formål er at resumere interventionens indhold og afprøvning (hele interventionsmanualen kan downloades fra [cpu.aau.dk](http://cpu.aau.dk)). Først beskrives målgruppen, interventionsformen og eksisterende forskning på området. Derpå præsenteres undersøgelsen, og behov for justering og yderligere forskning diskuteres.

### 1.1. Fibromyalgi

FM er en non-malign reumatologisk sygdom, karakteriseret ved omfattende smerter i muskler og led. Årsagen er ukendt, men lidelsen beskrives ud fra forstyrrelser i centralnervesystemet (Wolfe et al., 1990). Det estimeres at 3-4 % af den voksne befolkning lider af FM, hvoraf ca. 90 % er kvinder (Johnson, 2008).

Foruden omfangsrige smerter plages mange FM-ramte af muskelstivhed, søvnbesvær, hovedpine, følelsesløshed, træthed, tarmbesvær samt kognitive vanskeligheder i form af svækket opmærksomhed og hukommelse. Undersøgelser viser, at symptomerne påvirkes af stress, aktivitetsniveau og vejrforhold (ibid.). Desuden oplever mange FM-ramte ifølge kvalitative undersøgelser, at der er

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

manglende forståelse for sygdommen hos behandlere, arbejdsgivere og lovgivningssystemet. Det belaster ofte patientens emotionelle liv, sociale relationer og arbejdsforhold (Sim og Madden, 2008).

### 1.2. Kognitiv adfærdsterapeutisk psykoedukation

KAT er en evidensbaseret, struktureret, kort- og nutidsorienteret behandlingsform, der tilsigter at modificere uhensigtsmæssig tænkning og adfærd. Den bygger primært på adfærds- og kognitionspsykologi. Ved modificeringen og omstruktureringen af uhensigtsmæssige reaktionsmønstre spiller *coping* en afgørende rolle i KAT. Der arbejdes i terapien på at aflære uhensigtsmæssige, passive copingstrategier og indlære, reforcere og konsolidere nye, mere hensigtsmæssige, aktive strategier for at øge det psykiske funktionsniveau og mindske kropslig og følelsesmæssig lidelse (Arendt & Rosenberg, 2012; Beck, 1995).

Psykoedukation er et grundelement og en pædagogisk strategi i KAT. Metoden benyttes som selvstændig interventionsform eller som supplement til anden behandling indenfor klinisk psykologi og psykiatri. Den er teoretisk funderet i en naturvidenskabelig psykiatrisk, diagnostisk tradition, kombineret med en humanistisk opfattelse af menneskeværd og –ret. Det vil sige, patienten anses som et selvreflekterende individ, der kan tilegne sig og selv anvende relevante dele af den professionelles viden (Mørch, Rosenberg og Elsass, 1995). Rationalet er, at faglig information styrker patientens rettigheder og evne til at varetage egne interesser. Dette bryder med et tidligere dogme om, at faglig indsigt er forbeholdt behandlerne. Kognitiv adfærdsterapeutisk psykoedukation kan med andre ord beskrives som undervisning af patienten i emner relateret til hans/hendes lidelse, psykologiske faktorer knyttet til lidelsen samt håndtering af tilstanden (ibid.).

### 1.3. State of the art

Adskillige undersøgelser viser, at *passiv coping* er en prædikativ indikator for bl.a. dysfunktion og udvikling af psykopatologi hos smerteramte. Specielt *katastrofetænkning* korrelerer med højere smerteniveau, funktionshæmning, negative humørforandringer samt forværringer af angst og depression (Keefe et al., 2004). *Aktiv coping* og følelsen af selv at kunne gøre noget for at håndtere smerten, er derimod associeret med et højere funktionsniveau og mindsket depression (Jensen et al, 2009).

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Baastrup

Randomiserede kontrollerede undersøgelser viser, at KAT har effekt ved kroniske smertetilstande og på flere områder er andre behandlingsmuligheder overlegen (Day, Thorn og Burns, 2012). Reviews af effektstudier viser herunder, at KAT bl.a. kan højne smerteramtes funktionsniveau og tilpasningsevne samt reducere deres smerteniveau, medicinforbrug, emotionel stress og psykopatologi (Hoffman, Papas, Chatkoff og Kerns, 2007). De terapeutiske virkningsmekanismer for positiv behandlingseffekt er identificeret til bl.a. at være reduceret katastrofetænkning og øget tro på egen håndteringsevne, også kaldet *self-efficacy* (Morley, 2011).

Psykoedukation, som selvstændig metode til smerteramte, har kun været genstand for begrænset forskning (Morlion et al., 2011). Præliminære data tyder på, at undervisningsforløb ned til fire sessioner kan have effekt på bl.a. smerteintensitet og helbredsstatus (ibid.). Psykoedukation af andre patientgrupper, med længere tradition for selvstændig anvendelse af metoden, har veldokumenteret effekt og bl.a. vist sig at kunne fremme brugen af bevidste coping- og problemløsningsstrategier samt rette fokus mod tilgængelige ressourcer (Mørch, Rosenberg og Elsass, 1995).

Med afsæt i eksisterende teori og forskning var det vores hypotese, at psykoedukation af FM-ramte kunne mindske deltageres brug af passive copingstrategier, fremme deres brug af aktive copingstrategier samt forbedre deres oplevede psykiske og fysiske helbred.

#### 1.4. Behandlingsprogrammet

Vi udviklede behandlingsprogrammet med udgangspunkt i en bio-psyko-social smerteforståelse, eksisterende forskning og gængse behandlingsprincipper fra KAT, samt en ideografisk analyse<sup>1</sup> af FM-ramtes tanke- og adfærdsmønstre (Schultz og Baastrup, 2008). Programmet består af fem sessioner á to timer. Hele manualen kan hentes fra [cpu.aau.dk](http://cpu.aau.dk).

Første session giver deltagerne en indføring i KAT, psykoedukation som metode samt formålet med behandlingsprogrammet. Endvidere fremlægges den mest centrale forskning og psykologiske teori vedrørende FM. Formålet med første session er at skabe en fælles forståelsesramme for tilgangen til kroniske smerter samt øge og nuancere deltageres forståelse af egen lidelse.

I anden session udbygges deltageres viden om KAT og der undervises i copingbegrebet, hensigtsmæssige og uhensigtsmæssige copingstrategier samt brugen heraf. Deltageres egne erfaringer

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

og copingstrategier bliver omdrejningspunktet for den forandringsproces, der søges faciliteret gennem psykoedukationen.

I tredje session arbejdes der videre med copingbegrebet gennem øvelser i plenum, hvor deltagerne reflekterer over fordele og ulemper ved egne strategier. Dernæst gennemgås en række kognitive omstruktureringsteknikker, som kan igangsætte forandringsprocesser i forhold til negativ automatisk tænkning, der ellers vil opretholde uhensigtsmæssig smertehåndtering.

I session fire fortsættes arbejdet med omstrukturering. Der præsenteres flere teknikker, som trænes i gruppen.

Femte session indeholder repetition af det gennemgåede materiale, tilbagefaldsforebyggelse og evaluering af forløbet. Hver deltager udarbejder, med supervision fra underviserne, *copingkort* samt en plan for egen videre anvendelse af den tilegnede viden.

Løbende i programmet trænes en række aflednings- og afspændingsøvelser. Som en del af materialet får deltagerne udleveret en CD med øvelserne: *Vejrtrækningsøvelse* (3 min.), *Guidet billede-afslapning* (15 min.), *Guidet muskel-afslapning* (20 min.) og *Progressiv afspænding* (25 min.). Øvelserne er kendt fra angst- og smertebehandling og har til formål at reducere stress, muskelspændinger, smerte og smerterelateret angst (Winterowd et al., 2003; Arendt og Rosenberg, 2012).

Ved afslutningen af hver session instrueres deltagerne i en hjemmeopgave, der næste gang evalueres i gruppen. Dertil er det gennemgående for programmet, at de faglige begreber, teknikker og øvelser, der inddrages, forklares via detaljerede eksempler, hyppige opsummeringer og skriftligt materiale. Dette har til formål at facilitere og understøtte deltagernes indlæring under hensynstagen til de kognitive vanskeligheder, de kan opleve.

## 2. Metode

### 2.1. Deltagere

Deltagerne blev rekrutteret gennem Dansk Fibromyalgi-Forening, der i et nyhedsbrev og på deres hjemmeside inviterede personer mellem 21-70 år til at deltage i et psykoedukativt behandlingsforløb. Tyve personer responderede på invitationen. Inklusionskriterier var: 21-70 år og diagnosticeret med FM i 2004 eller derefter. Eksklusionskriterier var: anden alvorlig medicinsk sygdom eller psykiatrisk diagnose, udeblivelse fra mere end én interventionsgang eller mangelfuld besvarelse af spørgeskemaer (de to sidstnævnte kriterier

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
 Tia Hansen  
 Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Baastrup

resulterede i eksklusion fra data, ikke fra interventionen). In- og eksklusionskriterierne blev vurderet ved en telefonisk samtale med hver deltager. Ved denne samtale blev deltagerne ligeledes informeret om undersøgelsesproceduren og rammerne for interventionen.

Grundet praktiske hensyn og det lave deltagerantal var randomisering ikke mulig. Undersøgelsesdeltagerne blev fordelt i interventions- og kontrolgruppe på baggrund af mulighed for fremmøde til interventionen, som foregik på Aalborg Universitet. Fem deltagere faldt fra undervejs i undersøgelsen. Femten kvinder diagnosticeret med FM i alderen 38-63 år blev inkluderet i datamaterialet; syv i interventions- og otte i kontrolgruppen. I tabel 1 ses deltagernes demografiske data.

	Interventionsgruppe (n=7)	Kontrolgruppe (n=8)
Gennemsnitsalder (år)	51,2 (SD = 8,09)	47,6 (SD = 7,46)
Gennemsnitssmertevarighed (år)	15,1	14,7
Beskæftigelse:		
Pension (%)	42,8 %	25 %
Sygemeldt (%)	28,6 %	37,5 %
Fleksjob (%)	14,3 %	12,5 %
Deltidsjob (%)	14,3 %	0 %
Fuldtidsjob (%)	0 %	25 %

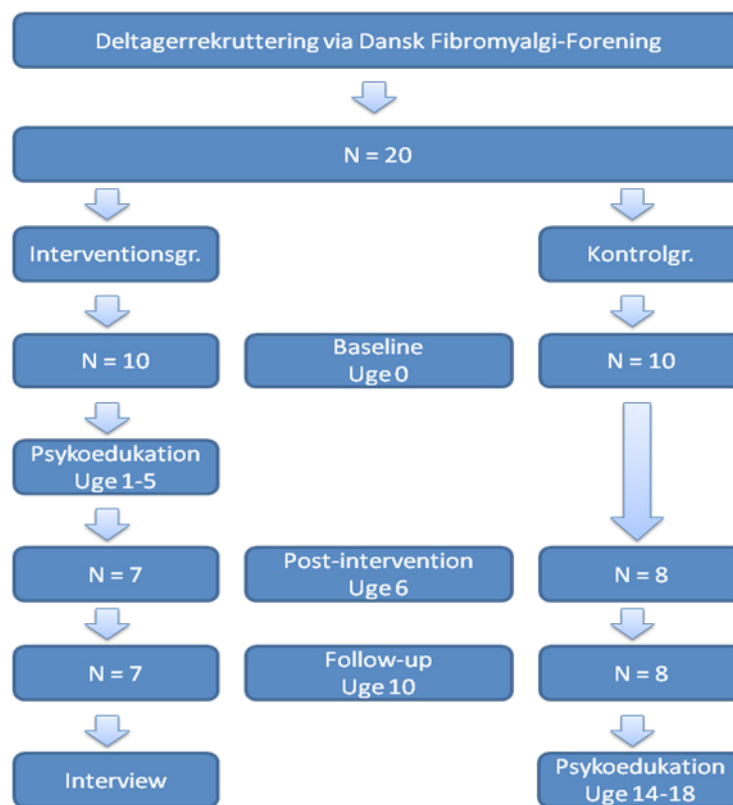
Tabel 1. Undersøgelsesdeltagere.

## 2.2. Procedure

Inden undersøgelsesprocedurens start blev projektet registreret hos Videnskabsetisk Komité for Region Nordjylland og alle deltagere underskrev en informeret samtykkeerklæring i overensstemmelse med Helsinkideklarationen. En uge før interventionsstart udfyldte alle deltagere selvrapporteringskalaerne Coping Strategies Questionnaire (CSQ), Pain Catastrophizing Scale (PCS) og Short Form 36 Health Survey Questionnaire (SF-36) akutversionen i eget hjem og returnerede disse i en frankeret svarkuvert. Besvarelsen foregik anonymt via ID-numre. Herefter deltog interventionsgruppen i behandlingsprogrammet (se afsnit 1.4.) én gang ugentligt i fem uger. En uge og fem uger efter interventionens afslutning udfyldte alle deltagere igen spørgeskemaerne i eget hjem og returnerede disse i en frankeret svarkuvert.

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
 Tia Hansen  
 Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

Kvantitative data blev suppleret med kliniske observationer fra behandlingsforløbet. Desuden gennemførtes uformelle interviews med to deltagere; efter sidste spørgeskema blev interventionsgruppen inviteret til at deltage i et interview om deres oplevelse af behandlingens forløb og effekt, og to deltagere ønskede dette. Af etiske hensyn blev kontrolgruppen tilbudt det psykoedukative forløb efter endt dataindsamling. Fem fra kontrolgruppen tog imod tilbudet. Alle deltagere fik tilbudt skriftlig tilbagemelding på undersøgelsens resultater. Proceduren ses illustreret i figur 1.



Figur 1. Undersøgelsens design og forløb.

### 2.3. Måleinstrumenter

*Coping Strategies Questionnaire*<sup>2</sup> (CSQ) består af 48 items, der repræsenterer syv subskalaer. Subskalaerne afspejler to passive smerte-copingstrategier, *beden og håben* samt *katastrofetænkning*, og fem aktive smerte-copingstrategier, *afledning, genfortolkning, selvsuggestion, ignoreren og aktivering*. Desuden indgår to



Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

items for patientens oplevede evne til at henholdsvis kontrollere og mindske smerten. CSQ er et af de oftest anvendte instrumenter i smerteforskning og afprøvet og valideret i en række undersøgelser (Rosenstiel og Keefe, 1983).

*Pain Catastrophizing Scale (PCS)* består af 13 items, der måler tre dimensioner af katastrofetænkning, *ruminering*, *magnificering* og *hjælpeløshed*. Spørgeskemaet, der er konstrueret med afsæt i items fra CSQ, er afprøvet og valideret i adskillige undersøgelser og hyppigt benyttet til måling af katastrofetænkning (Sullivan, Bishop og Pivik, 1995).

*Short Form 36 Health Survey Questionnaire (SF-36)* akutversionen består af 36 items, der inddeles i 8 subskalaer samt klientens angivelse af, om denne har oplevet et *overoverordnet skift i helbredstilstanden* det sidste år. De fire subskalaer *fysisk funktion*, *fysisk betingede begrænsninger*, *fysisk smerte* og *alment (selvvurderet) helbred* kan sammenfattes til et mål kaldet *fysiske helbred*. De resterende fire subskalaer, *energi*, *social funktion*, *psykisk betingede begrænsninger* og *psykisk velbefindende* kan summeres i skalaen *psykiske helbred*. SF-36 har dansk standardisering og manual (Bjørner et al., 1997).

#### 2.4. Analyse

Formålet var at undersøge, om interventionen havde en effekt på copingstrategier, katastrofetænkning og helbredsstatus. Den planlagte analysestrategi var en 2 (interventions- vs. kontrolgruppe) x 3 (måletidspunkter) mixed ANOVA før sammenligning mellem enkelte målepunkter, men det opnåede datasæts omfang og struktur tillod ikke dette. Den forenklede strategi bestod i separate analyser af ændringer fra præ-intervention til hhv. post-intervention og follow-up med *parrede t-tests* (non-parametriske test viste samme resultater) og kvalitativ sammenligning mellem de to grupper. Forenklingen giver mindre sikkerhed mod fejltolkning af tilfældig variation. Databehandlingen blev udført i statistiskprogrammet SPSS version 19.

De kliniske observationer fra interventionsforløbet og interviews supplerede de kvantitative data med henblik på at nuancere informationen om muligheder og begrænsninger ved behandlingsprogrammet. Disse data blev således anvendt pragmatisk og blev ikke indsamlet eller analyseret i henhold til et specifikt videnskabsteoretisk eller metodologisk ståsted.



### 3. Resultater

Deskriptive resultater ses i tabel 2 (copingstrategier) og 3 (generelt helbred). Statistisk analyse viste effekt hos interventionsgruppen i forhold til enkelte copingstrategier og helbredskomponenter. I kontrolgruppen sås ingen signifikante forbedringer på nogen skala.

I interventionsgruppen oplevedes øget evne til at *mindske smerten* post-intervention ( $t(6) = 2,12$ ,  $p = 0,039$ ), og ved follow-up sås fald i brugen af de passive, uhensigtsmæssige strategier *beden og håben* ( $t(6) = 2,42$ ,  $p = 0,026$ ) samt *katastrofetænkning* ( $t(6) = 2,70$ ,  $p = 0,018$ ). Desuden sås tendens til mindsket brug af den passive, uhensigtsmæssige copingstrategi *ruminering* ( $t(6) = 1,75$ ,  $p = 0,065$ ) ved follow-up. Post-intervention sås en tendens til, at deltagerne oplevede bedre *social funktionsevne* ( $t(6) = 1,87$ ,  $p = 0,055$ ), som ved follow-up var blevet statistisk signifikant ( $t(6) = 2,29$ ,  $p = 0,031$ ). Øvrige skalaer viste ingen statistisk signifikante ændringer. Se Tabel 2 og 3 på de følgende sider.

Væsentlige kliniske observationer var, at deltagernes evne til at fastholde opmærksomheden var stærkt svingende, så de til tider havde vanskelig ved at deltage aktivt samt genkalde og anvende det gennemgåede materiale. Fremmødet var præget af ustabilitet, og der blev observeret et stort behov for at tale om egne sygdoms-/behandlinger erfaringer. Dertil blev observeret en vis modstand mod en kognitiv sygdomsforståelse og psykologiske faktoreres indvirken på symptombilledet.

I interviewene tilkendegav deltagerne, at psykoedukationen havde givet større indsigt i, hvordan egne reaktionsmønstre og brug af copingstrategier har betydning for deres mentale og fysiske tilstand. Herunder beskrev de, hvorledes de efter forløbet kunne se sammenhænge mellem tidligere passivitet og depressive perioder, hvorfor de nu fokuserede mere bevidst på, at forholde sig aktivt til deres lidelse og livssituation. Endvidere angav begge informanter, at interventionens konkrete karakter var en styrke samt at gruppeformen og det socialt støttende element heri var af betydning:

”Det var en stor lettelse at møde andre, der var i samme båd.”

”Det er dejligt, når der er noget klart og præcist at forholde sig til, som skemaerne med omstrukturering af tankerne. Men det er noget, jeg skal arbejde meget videre med.”

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
 Tia Hansen  
 Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

	Interventionsgruppe N=7			Kontrolgruppe N=8		
	Uge 0 <i>Før</i> Mean (SD)	Uge 6 <i>Efter</i> Mean (SD)	Uge 10 <i>Follow-up</i> Mean (SD)	Uge 0 Mean (SD)	Uge 6 Mean (SD)	Uge 10 Mean (SD)
<b>Coping Strategies Questionnaire (CSQ)</b>						
Aktive strategier (stigning er forbedring)						
Afledning	1,85 (1,01)	2,52 (1,67)	2,52 (2,08)	2,69 (1,19)	2,33 (0,82)	2,60 (0,76)
Genfortolkning	1,69 (0,99)	1,71 (1,88)	1,62 (2,01)	2,67 (1,31)	2,29 (1,34)	2,13 (0,57)
Selvsuggestion	3,14 (1,25)	3,71 (1,35)	3,36 (1,49)	4,04 (0,67)	3,69 (1,42)	3,52 (0,67)
Ignoreren	2,45 (1,63)	2,38 (1,55)	2,52 (1,16)	3,31 (1,17)	2,88 (1,36)	2,88 (1,20)
Aktivering	2,07 (0,86)	2,69 (1,02)	2,26 (1,15)	2,88 (1,32)	2,92 (1,35)	2,79 (1,30)
Oplevet egen evne til at... (stigning er forbedring)						
Kontrollere smerten	2,71 (0,95)	3,28 (1,11)	3,29 (1,38)	3,57 (1,72)	3,00 (1,53)	3,00 (1,53)
Mindske smerten	2,29 (0,76)	3,14* (1,35)	2,71 (0,76)	2,57 (1,62)	2,43 (1,39)	2,43 (1,39)
Passive strategier (reduktion er forbedring)						
Beden og håben	2,67 (1,28)	2,54 (1,28)	1,88* (1,01)	2,63 (1,17)	3,29 (1,35)	3,25 (1,25)
Katastrofetænkning	2,00 (0,88)	1,91 (1,21)	1,50* (0,84)	2,39 (1,64)	2,29 (1,17)	2,60 (1,57)
<b>Pain Catastrophizing Scale (PCS)</b> (reduktion er forbedring)						
Ruminering	2,11 (1,27)	1,89 (1,14)	1,71* (0,88)	1,53 (0,91)	1,72 (0,78)	1,97 (0,91)
Manificering	1,09 (0,76)	0,90 (0,66)	1,09 (0,98)	1,50 (0,69)	1,29 (0,77)	1,29 (0,70)
Hjælpeløshed	1,31 (0,49)	1,45 (0,83)	1,45 (0,83)	1,81 (0,75)	1,63 (0,95)	1,89 (0,93)

Tabel 2. Copingstrategier.

\* angiver statistisk signifikant forskel til Uge 0; (\*) angiver 'marginalt signifikant' forskel (se tekst).

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
 Tia Hansen  
 Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

	Interventionsgruppe N=7			Kontrolgruppe N=8		
	Uge 0 <i>Før</i> Mean (SD)	Uge 6 <i>Efter</i> Mean (SD)	Uge 10 <i>Follow-up</i> Mean (SD)	Uge 0 Mean (SD)	Uge 6 Mean (SD)	Uge 10 Mean (SD)
<b>Short Form Health Survey Questionnaire (SF-36)</b> (stigning er forbedring, 0-100)						
Fysisk helbred (summerisk mål)	36,50 (3,25)	39,01 (3,16)	38,23 (3,77)	37,61 (3,73)	38,59 (2,96)	37,84 (2,17)
Fysisk funktion	47,86 (12,86)	52,86 (15,51)	51,51 (17,27)	48,75 (17,88)	47,50 (13,62)	50,00 (21,21)
Fysisk betingede begrænsninger	10,71 (19,97)	7,14 (12,20)	10,71 (19,67)	15,63 (35,19)	12,50 (18,89)	0,00 (0,00)
Fysisk smerte	78,57 (8,99)	80,00 (11,55)	78,57 (15,74)	78,75 (12,46)	82,50 (11,65)	82,50 (8,86)
Alment helbred	70,25 (17,25)	71,71 (10,36)	76,32 (10,83)	63,25 (16,55)	66,16 (7,72)	68,03 (7,91)
Psykisk helbred (summerisk mål)	48,97 (6,87)	46,68 (6,47)	50,66 (5,57)	47,29 (6,11)	47,26 (5,79)	47,01 (6,13)
Energi	51,43 (8,52)	53,57 (12,15)	60,71 (16,67)	51,87 (6,51)	60,00 (15,58)	55,00 (6,55)
Social Funktion	41,07 (20,04)	53,57(*) (13,91)	53,57* (9,45)	53,13 (8,84)	54,69 (9,30)	54,69 (13,26)
Psykisk betingede begrænsninger	76,19 (41,76)	52,38 (42,41)	80,95 (37,79)	54,17 (43,42)	58,33 (38,83)	54,17 (43,42)
Psykisk velbefindende	73,71 (8,59)	72,00 (8,64)	69,71 (5,49)	73,50 (10,24)	67,00 (7,92)	69,50 (9,30)

Tabel 3. Generelt helbred.

\* angiver statistisk signifikant forskel til Uge 0; (\*) angiver 'marginalt signifikant' forskel (se tekst).

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

#### 4. Diskussion og konklusion

I overensstemmelse med vores forventninger kunne interventionen hæmme deltagernes brug af visse passive, uhensigtsmæssige copingstrategier samt i nogen grad forbedre deres helbredsoplevelse, men interventionen kunne ikke dokumenteres at fremme brugen af aktive, hensigtsmæssige copingstrategier. Specifikt sås reduktion i de passive copingstrategier *katastrofetænkning, beden og håben* samt *ruminering*. Dertil sås ændringer i helbredstilstanden i form af bedre *social funktionsevne* og at deltagerne i hvert fald midlertidigt oplevede øget evne til at *mindske smerten*.

Resultaterne er spinkle, men i overensstemmelse med et studie af Morlion et al. (2011) af psykoedukation (4 sessioner) til kronisk smerteramte. Dette viser mindre forbedringer af helbredsoplevelsen, mens der ses signifikante ændringer i katastrofetænkning og deltagernes evne til at mindske smerten. Et randomiseret, kontrolleret studie af psykoedukation til FM-ramte (9 sessioner) viser en mere udpræget behandlingseffekt end resultaterne fra vores studie kunne dokumentere. Pågældende undersøgelse viser, at psykoedukation har større effekt end standardbehandling; og kan bedre deltagernes tilstand med hensyn til fysiske begrænsninger, smert niveau, træthed samt angst og depression på kort sigt (Luciano et al., 2011). Metaanalyser af eksisterende forskning peger samtidig på, at tværfaglige behandlingsprogrammer har bedre effekt end psykoedukation alene, hvorfor interventionsformen bør tilbydes i kombination med anden behandling (Häuser et al., 2010). I tråd med dette viser studier af Hammand og Freeman (2006), at psykoedukation kombineret med fysisk træning eller KAT giver bedre effekt end psykoedukation alene.

Selvom vores fund er begrænset til få subskalaer, forekommer det væsentligt, at netop deltagernes katastrofetænkning mindskes, da denne er identificeret til at være den stærkeste prædikator for dysfunktion hos smerteramte (Keefe et al., 2004). At en effekt ses tidligere på de passive strategier end de aktive er dertil i overensstemmelse med behavioristisk teori og rationale i KAT, hvor der først arbejdes på at udslukke passive strategier for derefter at indlære og reforcere aktiv, mere hensigtsmæssig coping (Arendt og Rosenberg, 2012).

De supplerende kliniske observationer og udtalelser fra deltagerne peger på, at i hvert fald nogle af deltagerne oplevede udbytte af forløbet i form af større viden om egen lidelse og konkrete selv-

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Baastrup

hjælpsteknikker. Desuden angav de, at den sociale støtte, faciliteret af gruppeformen, gav emotionel lindring. Behovet hos FM-ramte for social støtte, forståelse og anerkendelse underbygges af flere kvalitative studier, der begrundet behovet i en oplevelse af mistro fra omverden og stigmatisering (Kool og Greenen, 2012; Schultz og Baastrup, 2008). De kliniske observationer vidner dog også om, at det udprægede behov for social støtte ikke alene kan opfyldes gennem psykoedukation. Interventionen kan derfor med fordel suppleres med støttegrupper eller individuelle samtaler i tråd med de omtalte metaanalyseres anbefalinger om at kombinere behandlingen med andre tiltag.

De manglende statistisk signifikante fund, der sås for hovedparten af subskalaerne, kan have flere årsager. Én grund til de manglende fund kan være det lave deltagerantal, der giver lav statistisk styrke. Styrke- og antalsberegninger i en poweranalyse tyder på behov for mindst tyve deltagere i interventionsgruppen for en bedre afprøvning. En anden begrænsning ved designet er en relativt kort behandlingstid (fem uger), der i henhold til metaanalyser kan gøre det sværere at opnå effekt (Turner, Holtzman og Mancl, 2007). Der til kan karakteristika ved deltagergruppen, fx udpræget svækkede kognitive færdigheder, have haft betydning for interventionens effekt. De klinisk observerede problemer hos deltagerne med at fastholde opmærksomheden samt genkalde og anvende det gennemgåede materiale, støttes af neuropsykologiske studier, der viser reduceret arbejds- og non-verbal langtidshukommelse hos FM-ramte (Luerding, Weigand, Bogdahn og Schmidt-Wilcke, 2008). For klinisk praksis betyder de svækkede hukommelsesfærdigheder, at det er en behandlingsgruppe, der i udpræget grad har behov for kompensatoriske strategier (pauser, gentagelser og uddybende eksempler), en kontinuerlig tilpasning af det faglige niveau samt konkrete katalysatorer (specifikke teknikker), der kan understøtte lærings- og udviklingsprocesser. Det antages således, at justeringer af design og intervention mod flere deltagere, et længere behandlingsforløb og implementering af flere kompensatoriske strategier vil medvirke til bedre effekt.

Resultaterne fra undersøgelsen kan på foreliggende grundlag ikke generaliseres til andre smertepopulationer, da karakteristika og problemstillinger kan være væsensforskellige. For at bidrage til at løse en af smerteforskningens fremtidige udfordringer i henhold til Morley (2011), *at forstå og behandle forskelligartede diagnoser og*

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

*syndromer forskelligt, frem for som én samlet gruppe, bør behandlingsprogrammer efterprøves indenfor konkrete smertepopulationer. Ved eventuel tilpasning og afprøvning af programmet til andre smertetilstande vurderes det, at ovennævnte justeringer mod flere deltagere og et længere forløb vil være hensigtsmæssigt. Hensynstagen til svækkede kognitive færdigheder kan ligeledes være essentielt, da forekomsten af kognitive forstyrrelser uden organisk hjerneskade ses på tværs af kroniske smertesyndromer (Jensen et al., 2009).*

Ved anvendelse i klinisk praksis bør man endvidere være opmærksom på, at den population, der behandles i en sådan setting, ifølge Morlion et al. (2011) typisk er mere heterogen end undersøgelsers in- og eksklusionskriterier tillader. En klinisk population af FM-ramte kunne være divergerende i form af fx længere symptomvarighed, manglende tiltro til psykologisk behandling og øget forekomst af depression eller angst, hvilket er prædikerende for reduceret behandlingsrespons (McCracken og Turk, 2002). Brug af programmet i klinisk praksis kan således fordre yderligere justeringer af interventionen mod en endnu længere behandlingsperiode og større fokus på at skabe en frugtbar arbejdsalliance.

Ud fra en samlet vurdering kan det konkluderes, at psykoedukation af FM-ramte har en relevant, omend svag, effekt på copingstil og helbredsoplevelse. På grund af undersøgelsens og tidligere studiers begrænsninger bør interventionsformens kliniske virkning og omkostningseffektive potentiale undersøges yderligere i klinisk praksis og forskning. Justeringer mod en længere interventionsperiode og større hensyntagen til patientgruppens resourcesvaghed og sociale støttebehov vil være en fordel. Interventionen bør dertil afprøves ved andre smertepopulationer.

## Noter

- 1 Analysen kaldes en caseformulering og indeholder data om typiske reaktionsmåder; tanker, krop, følelser og adfærd, om dybereliggende kognitive strukturer; personlige skemaer, leveregler og kerneantagelser samt om vedligeholdende og udløsende faktorer; biologiske, psykiske og sociale (Beck, 1995).
- 2 Den danske udgave er erhvervet gennem Dansk Smerteforskningscenter, Århus Universitetshospital med tilladelse fra R. Moore og I. Brødsgaard, der har oversat skemaet til dansk.

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup

## 5. Referencer

- Arendt, M. og Rosenberg, N.K., eds., 2012. *Kognitiv terapi – Nyeste udvikling*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Beck, J.S., 1995. *Cognitive therapy – basics and beyond*. New York: Guilford Press.
- Bjørner J.B., Damsgaard, M.T., Watt, T., Bech, P., Rasmussen, N.K., Kristensen, T.
- S., Modvig, J. & Thunedborg, K. (1997). *Dansk Manual til SF36 – Et spørgeskema om helbredsstatus*. DK: Lægemiddelindustriforeningen.
- Day, M.A., Thorn, B.E. og Burns J.W., 2012. The continuing evolution of biopsychosocial interventions for chronic pain. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 26(2), pp. 114-129.
- Glombiewski, J.A. et al., 2010. Psychological treatment for fibromyalgia: A meta-analysis. *Pain*, 151, pp. 280-295.
- Hammand, A. og Freeman, K., 2006. Community patient education and exercise for people with fibromyalgia: A parallel group randomized controlled trial. *Clin Rehabil*, 20, pp. 835-846.
- Hoffman, B.M., Papas, R.K., Chatkoff, D.K. og Kerns, R.D., 2007. Meta-analysis of psychological interventions for chronic low back pain. *Health Psychology*, 26, pp. 1–9.
- Häuser, W., Thieme, K. og Turk, D., 2010. Guidelines on the management of fibromyalgia syndrome – A systematic review. *European Journal of Pain*, 14, pp. 5-10.
- Indenrigs- og Sundhedsministeriet, 2012. [online] Available at: <http://www.im.dk/> [Accessed 10. november 2012].
- Jensen, T.S., Dahl, J.B. og Arendt-Nielsen, L., eds., 2009. *Smerter – Baggrund, evidens og behandling*. Danmark: FADLs Forlag.
- Jensen, M.P., Turner, J.A., Romano J.M. og Karoly, P., 1991. Coping with chronic pain: A critical review of the literature. *Pain*, 47(3), pp. 249-283.
- Johnson, S. K., 2008. *Medically unexplained illness: Gender and biopsychosocial implications*. USA: American Psychological Association.
- Keefe F.J. et al., 2004. Psychological aspects of persistent pain: Current state of the science. *The Journal of Pain*, 5(4), pp. 195-211.
- Kool, M.B. og Geenen, R., 2012. Loneliness in patients with rheumatic diseases: The significance of invalidation and lack of social support. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 146(1-2), pp. 229-241.
- Luciano, J.V. et al., 2011. Effectiveness of a Psychoeducational Treatment Program Implemented in General Practice for Fibromyalgia Patients – A Randomized Controlled Trial. *Clin J Pain*, 27(5), pp. 383-391.



Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
 Tia Hansen  
 Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Baastrup

- Luerding, R., Weigand, T., Bogdahn, U. og Schmidt-Wilcke, T., 2008. Working memory performance is correlated with local brain morphology in the medial frontal and anterior cingulate cortex in fibromyalgia patients: Structural correlates of pain – cognition interaction. *Brain*, 131, pp. 3222-3231.
- McCracken, L.M., og Turk, D.C., 2002. Behavioral and cognitive behavioral treatment for chronic pain: Outcome, predictors of outcome, and treatment process. *Spine*, 27, pp. 2564–2573.
- Morley, S., 2011. Efficacy and effectiveness of cognitive behaviour therapy for chronic pain: Progress and some challenges. *Pain*, 152(3), pp. 99-106.
- Morlion, B. et al., 2011. Multidisciplinary pain education program (MPEP) for chronic pain patients: preliminary evidence for effectiveness and mechanisms of change. *Curr Med Res Opin*, 27, pp. 1595-1601.
- Mørch, M.M., Rosenberg, N.K. og Elsass, P., 1995. *Kognitive behandlingsformer – Kognitiv terapi, social færdighedstræning, psykoedukation og kognitiv optræning*. Danmark: Hans Reitzels Forlag.
- Rosenstiel, A.K. og Keefe, F. J., 1983. The use of coping strategies in chronic low back pain patients: relationship to patient characteristics and current adjustment. *Pain*, 17(1), pp. 33-44.
- Schultz, R. og Baastrup, S.S., 2008. *Et liv med kroniske smerter - En kvalitativ interviewundersøgelse*. Upubliceret 9.-semesterprojekt, Psykologistudiet, Aalborg Universitet.
- Sim J. og Madden S., 2008. Illness experience in fibromyalgia syndrome: A metasynthesis of qualitative studies. *Social Science Medicine*, 67(1), pp. 57-67.
- Sullivan, M.J.L., Bishop, S.R. og Pivik, J., 1995. The Pain Catastrophizing Scale: Development and validation. *Psychological Assessment*, 7(4), pp. 524-532.
- Turner, J.A., Holtzman, S. og Mancl, L., 2007. Mediators, moderators, and predictors of therapeutic change in cognitive-behavioral therapy for chronic pain. *Pain*, 127, pp. 276-286.
- Vlaeyen, J.W. & Morley, S., 2005. Cognitive-Behavioral Treatments for Chronic Pain, What Works for Whom. *Clin J Pain*, 21(1), pp. 1-8.
- Winterowd, C., Beck, A.T. og Gruner, D., 2003. *Cognitive therapy with chronic pain patients*. US: Springer.
- Wolfe, F. et al., 1990. The American College of Rheumatology 1990 criteria for the classification of fibromyalgia: Report of the multicenter criteria committee. *Arthritis Rheumatica*, 33, pp. 60-172.

Psykoedukation som intervention mod kroniske smerter ved fibromyalgi  
Tia Hansen  
Rikke Schultz og Sidsel Søndergaard Bastrup



# Oversættelse af elevplaner i folkeskolen

Et casestudie i organisatorisk læringsperspektiv

## **Alice Juel Jacobsen**

*er Ph.d. og adjunkt på Institut for Læring og Filosofi, Aalborg Universitet, afdelingen i København og tilknyttet forskningsgruppen Læring og uddannelsesforskning (LUF), samme sted. Hendes forskningsinteresser er relateret til ledelse, organisatorisk forandring og læring i uddannelseskontekst.*

## **Michelle Nadia Werther**

*er Cand.mag. i læring og forandringsprocesser fra Aalborg Universitet, afdelingen i København og ansat som forskningsassistent på Institut for Planlægning, Aalborg Universitet, tilknyttet forskningsenheden MENU.*

## **Stinne Tarp Klode**

*er Cand.mag. i læring og forandringsprocesser fra Aalborg Universitet, afdelingen i København og ansat som konsulent hos konsulentfirmaet Helweg & Pedersen.*

### **Elevplanen mellem intention og handling**

Siden Folketingets vedtagelse af implementering af elevplaner i folkeskolen i 2006 har elevplanerne som pædagogisk evalueringsværktøj skilt vandene. Seks år efter elevplanens implementering er der stadig politisk uenighed om dens berettigelse og værdi, og i debatten deltager aktører fra både myndighedsniveau, skolelederniveau og lærerniveau (Folketinget, 2012).

Elevplanen blev sat i verden af VK-regeringen i 2006 med det formål dels at støtte lærernes arbejde med at systematisere summativ og formativ evaluering af elevernes læring, dels som et kommunikationsværktøj i forældresamarbejdet samt som en støtte til at undervisningsdifferentiere. Elevplanen er som sådan et koncept, som hver enkelt skole kan tilpasse inden for rammerne af elevplanens bekendtgørelse og udfordringsretten<sup>1</sup> (Undervisningsministeriet, 2009). I praksis skal individuelle elevplaner udfyldes mindst en

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

gang om året og indeholde en beskrivelse af både faglige og sociale kompetencer. Elevplanen skal desuden bestå af både en statusdel og en opfølgingsdel.

I bekendtgørelsen for elevplanen er opgaveløsningen overdraget til de enkelte kommuner, de enkelte skoler og til en vis grad den enkelte lærer (Ibid.). Dette skaber mulighed for lokal tilpasning og bidrager derfor også med rum til forskellige og modsatrettede opfattelser af elevplanens funktionalitet i praksis. Helt konkret betyder det, at forskellige skoler kan udforme elevplanen forskelligt, og at der blandt ledelse og lærere på en og samme skole kan opstå forskellige fortolkninger af elevplanens funktion og anvendelse i organisationen. Det er denne fortolkningsmæssige ambivalens som er afsættet for artiklen.

Hvor en stor del af den eksisterende forskning på elevplansområdet hidtil har fokuseret på elevplansarbejdet set i et pædagogisk, socialt eller didaktisk perspektiv (Sjørup, 2006; Tromborg 2007; Krejsler, 2007), placerer vores undersøgelse sig inden for feltet organisatorisk læring. Også Danmarks Evalueringsinstituts nationale evaluering af elevplansarbejdet fra 2008 vægter primært at betragte elevplanen som et didaktisk redskab til læring og udvikling af den enkelte elev (EVA, 2008). Forskningsbaseret indsigt i et organisatorisk læringsperspektiv er derimod stadig et udækket område.

Det er på denne baggrund artiklens formål at bidrage med en undersøgelse af, hvornår der i arbejdet med elevplanen opstår mulighed for organisatorisk læring. Vi vil tage udgangspunkt i spændingerne mellem myndigheder og skoleledelsens hensigter med elevplanen og lærernes fortolkninger igennem deres italesættelser af praksis. Hermed ønsker vi at skabe et indblik i potentialer for organisatorisk læring, som skolen endnu ikke har forholdt sig til. Artiklen er udarbejdet på baggrund af et større casestudie af elevplanens anvendelse på en folkeskole i Greve kommune (Klode og Werther, 2011). Vi fokuserer i artiklen på et af undersøgelsens delspørgsmål: *Hvordan oversætter<sup>2</sup> lærere på Greve skole<sup>3</sup> myndigheder og skoleledelsens hensigter med elevplanen, og hvilke implikationer har dette for organisationens læring?*

I artiklen vil vi dykke ned i to sammenhængende empiriske eksempler på, hvordan og hvornår organisatorisk læringspotentiale opstår i forbindelse med lærernes fortolkninger af myndigheder og ledelsens hensigter på Greve skole. For at rammesætte eksemplerne vil vi først kortfattet introducere Greve skole, hvorefter vi vil

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

uddybe vores forståelse af organisatorisk læring, og hvordan det er muligt at synliggøre organisatoriske læringspotentialer. I forlængelse af de empiriske analyseafsnit giver vi et bud på, hvordan Greve skole konkret kan arbejde med at udnytte opstået organisatorisk læringspotentiale.

### **Casestudier på Greve skole**

Vi har valgt Greve skole som case, fordi ledelsen under implementeringen traf et valg om, at elevplanen skulle "bruges til noget", som det udtryktes af ledelsen i de indledende samtaler (Klode og Werther, 2011, p. 91). Det blev som udgangspunkt bestemt af ledelsen, at de lærere, som havde lyst, kunne få indflydelse på strukturering af skolens elevplansarbejde. Lærerne har således fra starten taget aktivt del i den lokale udformning af elevplansarbejdet. Skolen adskiller sig herved fra andre skoler, vi er bekendt med, som arbejder med standardudfyldninger af elevplaner, f.eks. gennem smileyordninger, og skoler som har søgt om helt at udelade elevplanen af deres arbejde (Klode og Werther, 2011, p. 33).

For at analysere lærernes oversættelser af elevplanen har vi indledningsvist undersøgt, hvordan Undervisningsministeriet og Greve kommune rammesætter arbejdet. Vi har analyseret Undervisningsministeriets bekendtgørelse for elevplanen og Greve kommunes retningslinjer med fokus på at identificere hensigter og muligheder for lokale udformninger af elevplanen. I forlængelse heraf har vi foretaget syv semistrukturerede interview; seks lærerinterview og et interview med skolens viceinspektør for at få indsigt i, hvilke særlige elementer, der er tilføjet elevplanen på den lokale skole. I valget af lærere har vi lagt vægt på at tale med lærere med forskellig anciennitet, køn, alder, fag og elevgrupper for at få et så nuanceret indblik i elevplansarbejdet som muligt. Vi har holdt lærernes italesættelser af deres daglige arbejde med elevplanerne op imod både ledelsens udtalelser og de nævnte retningslinjer for at identificere spændinger mellem ledelsens og myndigheders hensigter og lærernes daglige praksis.

I det efterfølgende afsnit skitserer vi artiklens teoretiske udgangspunkt og nøglebegreber. Nøglebegreberne anvendes til at fastholde artiklens særlige analysefokus på oversættelse, spændinger og modsætningsforhold med henblik på at identificere muligheder for organisatorisk læring.

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

### **En position i feltet organisatorisk læring**

Litteraturen som udforsker læring i organisationer beskrives ofte som fragmenteret og dog er det muligt at samle teorier inden for organisatorisk læring i en række centrale positioner (Easterby – Smith et al. 1999, Juel Jacobsen 2009, pp. 56-59). Vi har til analysen af organisatorisk læring valgt den særlige position, hvortil Karl E. Weick og Frances Westley er knyttet, og som vi vil uddybe i det følgende. Forinden skal det omtales, at det er muligt at skelne de forskellige positioner i feltet organisatorisk læring fra hinanden gennem deres meget forskellige opfattelse af, hvordan læring konstrueres (Juel Jacobsen 2009, pp. 56-59). Vi har fravalgt at anvende en organisatorisk læringstilgang, som tager udgangspunkt i individets læring som forudsætning for at udvikle læring i organisationen. I teorier i denne position vil bl.a. kommunikation og vidensdeling være centrale elementer, som hos f.eks. Chris Argyris og Donald Schön (1996a, 1996b) eller Peter Senge (1990), hvorimod det ikke er muligt inden for denne forståelsesramme at få øje på, hvordan ny viden kan opstå i relationerne (Stacey 2001, 2003). Da målet i artiklens udforskning netop er, at identificere mulighed for at skabe ny viden i organisationen, har vi valgt at tage udgangspunkt i Weick og Westleys tilgang (Weick og Westley 1996). Repræsentanter for dette felt lægger langt mere vægt på det sociale betydning, og organisatorisk læring betragtes som forhandlet og indlejret i relationerne mellem organisationens deltagere. Vi beskæftiger os altså fra denne position ikke med individuel læring, men med hvordan organisatorisk læring kan opstå i organisationens meningsforhandlingsprocesser og er indlejret i organisationskulturen (Orton og Weick 1990, Weick 1995, Weick og Westley 1996). Det er således denne teoretiske position, der danner ramme om analysearbejdet. Vi søger dels at synliggøre potentialer for organisatorisk læring, dels at forstå hvordan potentialet er opstået. Med denne optik er vi i stand til at dykke ned i organisationens kompleksitet.

### **Kaos og orden - udforskende og udnyttende læring i oversættelsesprocesserne**

I det følgende vil vi uddybe artiklens forståelse af organisatorisk læring og den valgte position i teorifeltet. Organisatorisk læring er ifølge Weick og Westley et oxymoron; et fænomen, der er sammensat af to modsatrettede begreber, som i udgangspunktet ser ud til at være uforenelige (Weick og Westley, 1996, p. 311). I organisatorisk

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

læring opstår modsatrettet spænding mellem det at lære og det at organisere, idet man for at lære må desorganisere og skabe kaos i eksisterende meningsskemaer, hvormed man øger variationen af disse. Det at organisere betyder modsat, at man reducerer variationerne. Gennem fokus på og synliggørelse af denne spænding er det muligt at få øje på, under hvilke betingelser læring kan foregå. Det er Weick og Westleys udgangspunkt, at både organisationer, der udnytter rutiner og organiserer, samt organisationer, der innoverer og udforsker, lærer. I begge typer af processer finder læring sted, men pointen er, at de optimale betingelser for læring opstår, når organisationer balancerer mellem at udnytte rutiner, det forfatterne kalder *exploitative learning*, og det at udforske den foranderlige verden, som de benævner *explorative learning*. Læring har således de optimale betingelser, når kaos og orden bevidst balanceres i en organisation. Hvis en organisation overvejende udnytter rutiner eller overvejende udforsker nyt, vil væsentlige organisatoriske læringspotentialer imidlertid gå tabt.

For at finde et begrebsapparat, der kan åbne for konkret analyse af en organisations balancering af udnyttelse og udforskning, tager Weick og Westley afsæt i et kulturelt perspektiv. *Sprog, artefakter og handlingsrutiner* er kulturelle elementer, hvori organisatorisk læring materialiseres (Weick og Westley, 1996, pp. 313 - 316). Sproget ser forfatterne som medierende for læring, idet vi gennem sproget skaber mening og konstruerer vores sociale virkelighed. Denne tilgang skaber basis for undersøgelsens udgangspunkt i italesættelsen af aktørernes daglige praksis. Artefakter beskriver Weick og Westley som materialiseringer, hvorigennem en organisations identitet og kultur reificeres og udtrykkes. I handlingsrutiner udfoldes identitet og kultur i praksis, og der er som sådan tale om de daglige rutiner. Når der opstår disharmoni mellem handlingsrutiner, artefakter og sprog, f.eks. ved indførelse af nyt i forhold til kulturen, opstår potentiale for organisatorisk læring. Potentialet udfoldes dog kun, når organisationens aktører forholder sig reflektivt og udforskende til den pågældende handlingsrutine, artefakt eller sproghandling (Weick og Westley, 1996, pp. 318-321).

I det efterfølgende præsenterer vi undersøgelsens analyseresultater gennem to sammenhængende nedslag i empirien. Blikket fastholdes på spændingsfelter i organisationen, hvor der i Weick og Westleys optik opstår potentiale for organisatorisk læring. Det skal tilføjes, at det *ikke* er muligt med Weick rationelt at planlægge læring



Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

i organisationen. Det er heller ikke muligt normativt at vurdere, hvilken læring der er den bedste for organisationen. Vi vil dog i artiklens afsluttende afsnit berøre, hvordan det med afsæt i begrebet *small wins* er muligt at udforske elevplansarbejdet med henblik på at skabe refleksivitet i forhold til den hidtidige praksis og på baggrund heraf skabe ny mulighed for læring og en forbedret praksis.

Med *small wins* mener Weick og Westley *forandringer* eller *successer* i det små. Det er deres pointe, at det gennem et retrospektivt fokus på forandringer i det små er muligt at skabe læring og give retning for en forandring. Ved at sidestille orden, f.eks. rutiner, og kaos, f.eks. konstant udforskning af nye arbejdsmetoder, kan organisationen opnå selvindsigt i, hvordan det samlede praksisarbejde udføres. Denne indsigt kan bidrage til læring, hvis organisationen forholder sig refleksivt til de nye indsigter. Flere forandringer i det små bidrager til flere muligheder for at lære, men det er vigtigt at fastholde, at forfatterne ikke mener, at man "blot" kan bryde forandring op i dele og dermed planlægge forandring. De påpeger blot, at der med mange små læringsøjeblikke, hvor kaos og orden sidestilles, skabes mulighed for organisatorisk læring, men altså ikke garanti for, at der sker læring (Weick og Westley, 1996, pp. 318-321).

Ovenstående begrebslige ramme anvender vi i analysen af Greves skoles elevplanspraksis til at synliggøre og identificere spændinger, der opstår i kulturen i forbindelse med lærernes elevplansarbejde. Vi analyserer i de efterfølgende nedslag lærernes oversættelse som tilpasning, fortolkning<sup>4</sup>, modificering eller afvisning af en organisationsopskrift<sup>5</sup> (elevplanen) for at identificere opståen af organisatorisk læringspotentiale.

### **Nye lærere - et organisatorisk læringspotentiale**

Under vore interview med lærerne er der flere, der fremhæver ledelsens tilpasning af elevplanen til Greve skoles kontekst som et vigtigt bidrag til deres accept og udbytte af elevplansarbejdet<sup>6</sup>. Vi ser dette som et udtryk for, at ledelsens indledende facilitering af arbejdet og deres oversættelse til lokalt plan har haft betydning for lærernes meningssskabelse. Ifølge de lærere, som har været på skolen under implementeringen samt ledelsen selv, har ledelsen lagt stor vægt på at oversætte den overordnede elevplansopskrift til Greve skole gennem både sproglig meningssskabelse og handling, f.eks. gennem udnyttelse af udfordringsretten<sup>7</sup>. Flere udtryk-

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

ker, at der i den forbindelse er sket en forandring i deres opfattelse af elevplanen og en lærer udtaler:

Tea: Det var jo egentlig bare en lov, der blev vedtaget (...)  
Og hvad gjorde vi så, jamen så brugte vi egentlig det redskab, der ligger i vores intranet og bruger det. Så vi har udviklet vores egen [elevplan] (p. 112).

Viceinspektøren fortæller desuden, at der nærmest aldrig er nogen, der stiller spørgsmål til arbejdet med elevplanen længere. Vi tolker, at det fælles indledende oversættelsesarbejde har betydet, at elevplanerne er blevet indarbejdet som en handlingsrutine på Greve skole. Man kan med andre ord sige, at elevplanen er blevet institutionaliseret (Røvik, 2007, p.13 og Rasborg, 2004, p. 370). Institutionalisering forstået som den proces, hvormed elevplansarbejdet på Greve skole bliver taget for givet af aktørerne som en naturlig del af hverdagen, frem for et værktøj, der stilles spørgsmål til og forandres.

Blandt interviewpersonerne udtrykker de to nyuddannede lærere Tom og Eik markant, hvordan denne taget-for-givethed har haft betydning for deres oplevelse af elevplansarbejdet på skolen. De har ikke oplevet implementeringen eller den inddragelse i det indledende arbejde, som blev rammesat af ledelsen, og som fra starten har virket meningssskabende for de andre lærere. En af disse, Sif, beskriver betydningen af ledelsens tilpasning over for alternativer som en smileyordning:

Sif: Og jeg har brug for, at det der står i elevplanen er mit sprog (...) Jeg tror bare, at jeg ville få afstand til det (...) Fordi lige nu har jeg jo alligevel lidt ejerfølelser (p. 110).

De nye lærere forklarer, at de ikke blev introduceret til arbejdet med elevplaner, men selv måtte finde arbejdsmetoder til arbejdet med at udforme elevplanerne:

Eik: (...) vi videreførte de gamles [arbejdsrutiner], men samtidig sad vi også og snakkede om, at det er noget åndssvagt noget, vi sidder og laver, men man kan jo også sige, at vi har taget en dårlig vane på os (...)(p. 114)

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

Tom: (...) så det var egentlig bare at kaste sig ud i det (p. 113).

De nye lærere har således ikke samme positive oplevelse af at kunne tilpasse planen i forhold til egne præferencer. De påpeger desuden, at de oplever et stærkt brud mellem det italesatte ideal fra seminariet og praksis på skolen. Vi fortolker ovenstående som de nye læreres oplevelse af disharmoni mellem de kulturelle subsystemer. De oplever et behov for at udforske, hvordan elevplansarbejdet kan fungere i praksis, mens de erfarne lærere og ledelsen udnytter deres institutionaliserede rutiner. Der opstår hermed en spænding mellem de nye læreres manglende rutiner og måder at omtale elevplanen på, og de erfarne læreres og ledelsens handlingsrutiner og italesættelser, hvor de ikke stiller spørgsmål til rutinerne eller elevplanen som sådan. Disse spændinger mellem artefakt (elevplanen), rutiner og sproglige italesættelser fører et organisatorisk læringspotentiale med sig.

De nye læreres behov for at udforske Greve skoles elevplanspraksis ser vi knytter sig til endnu et organisatorisk læringspotentiale, som er relateret til alle seks læreres oplevelse af strategien for elevplansarbejdet på Greve skole. Dette vil vi uddybe i det følgende ved at knytte an til endnu et nedslag i empirien.

270

### **Fornyet fokus på fælles formål - endnu et organisatorisk læringspotentiale**

Under interviewene med de seks lærere spurgte vi ind til Greve skoles overordnede strategi for elevplansarbejdet. Fire forskellige lærere udtaler herom:

Tea: Altså, vi har sådan set ikke arbejdet overordnet med det i et par år, men jeg ved ikke engang, hvad vores overordnede strategi er (...)

Tom: Jeg tror ikke, at der er så mange [formål]. Altså, så jeg kan, jeg kan ikke beskrive det (...)

Kate: Jamen jeg ved ikke, altså jeg bliver sådan lidt usikker på, om der er en strategi (...)

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

Sif: (...) har vi nogen? (p. 103)

De fire citater er udpluk, der illustrerer, at den overvejende del af de interviewede lærere ikke var i stand til at beskrive skolens overordnede formål og strategi for elevplansarbejdet. Evnen til at reproducere tidligere formulerede formål præcist er måske ikke i sig selv afgørende, men flere af lærerne udtrykker også et behov for mere retning på arbejdet, selv om der er etablerede rutiner.

Der er dog forskel fra lærer til lærer på deres begrundelser og behov for opstramning på et fælles formål. Flere af lærerne beskriver, at en tydelig retning og klare mål fra både myndighederne og ledelsen kan tillægge elevplansarbejdet mere betydning og kvalitet. Ann efterlyser en tydeligere kommunikation fra myndighedernes side, mens Eik savner et fælles højt niveau for indholdet:

Ann: Man kunne måske også (...) fra politikernes side, [give] noget mere opmærksomhed (...) [bruge] noget mere tid på at forklare, hvad de skal bruges til (...) (p. 98)

Eik: Ja, hvis jeg følte, at skolens ledelse, øh, gik ind i det med aktive øjne (...) så ville vi også få en fælles høj standard for, hvordan de skulle skrives de her elevplaner (p. 103)

Det er en vigtig pointe, at der er nuancer i lærernes fortolkninger, og at de ikke alle oplever elevplansarbejdet som enten *meningsfuldt* eller *meningsløst*. Sif er et eksempel på en lærer, der både efterlyser en mere tydelig retning for elevplansarbejdet og er tilfreds med sit eget udbytte af arbejdet med elevplanerne. Både hende og Tina fremhæver vigtigheden af at evaluere elevplansarbejdet:

Sif: (...) [Det ville være] lidt sundt, at vi igen fik en elevplansnak her på skolen (p. 106).

Tina: Og vi skal blive meget bedre til det [evaluering] i folkeskolen, end vi har været. (...) (p. 150)

Det er således forskelligt fra lærer til lærer, om de har behov for en tydelig, fælles strategi fra ledelsens side. Vi ser, at der opstår spæn-

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

dinge mellem de forskellige læreres italesættelser af behovet for et tydeligt formål, hvilket også påvirker deres arbejde med elevplanen. Med andre ord fortolker lærerne elevplansarbejdet forskelligt. Spændingen fører til et organisatorisk læringspotentiale, som knytter sig til reetableringen af et fælles formål med elevplansarbejdet. For at gribe dette læringspotentiale kan det være nødvendigt, at ledelsen aktivt påbegynder en udforskning af elevplansarbejdet. Flere lærere efterlyser netop en form for udforskning af, hvordan en større sammenhæng og opsamling i fællesskab kan bidrage til at højne elever og læreres udbytte af elevplansarbejdet. De efterspørger en evaluering og synliggørelse af de forskellige arbejdsformer på organisationsplan:

Sif: Altså det kan godt være, at den enkelte sidder og måske er opmærksom på det. Men det er også vigtigt, at man har den der, den store samtale, med mange mennesker, sådan at (...) vi får snakket om det. (...) (p. 151)

Ud fra ovenstående analyse ser vi at flere lærere udtrykker en interesse i lokalt at samle op i fællesskab og evaluere, hvilket vi, i Weick og Westleys optik, tolker som en efterspørgsel efter en bedre balance mellem udnyttelse og udforskning. Vi ser det således som et udtryk for uudnyttet organisatorisk læringspotentiale.

### **At udnytte potentialer gennem små forandringer**

Ud fra Weicks teori har det været muligt at synliggøre de ovenfor beskrevne spændinger og dermed også at tydeliggøre et par af de udfordringer, som er opstået i elevplansarbejdet på Greve skole. Det er, som tidligere nævnt, *ikke* muligt med Weick rationelt at planlægge sig ud af en ændring af denne situation, men vi vil i det følgende omtale, hvordan der kan skabes basis for handling i forlængelse af de synliggjorte potentialer.

Hvis Greve skole skal have mulighed for at udnytte de organisatoriske læringspotentialer, ser vi, at Weick og Westleys tanker omkring *forandringer i det små* kan bidrage til to pointer. For det første finder vi det relevant, at ledelsen eller kolleger løbende introducerer nye lærere for de tiltag, som skolen har sat i værk for at tilpasse elevplanen til Greve skole. Disse tilpasninger kan opfattes som forandringer i det små, der alle peger i den retning, at de vil lette arbejdet for lærerne og gøre elevplanen mere brugbar. Ved retrospektivt

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

at introducere lærerne til tilpasningerne kan ledelsen bidrage til at skabe mening omkring disse.

For det andet er de organisatoriske spændinger opstået på grund af de forskellige oplevelser af formålet. Flere af lærerne, både nye og erfarne, efterlyser en udforskning af elevplanen. De ønsker med andre ord at vide noget om, hvordan de andre gør. Det kan se ud til, at de nye lærere kun udforsker (og derfor hovedsagligt oplever kaos), mens de lærere, der har været ansat længere, i højere grad organiserer; de udnytter rutinerne. Gennem forandringer i det små kan det være frugtbart at sidestille de nye læreres kaos og de erfarnes (og ledelsens) organisering. Ved at sidestille disse kan skolen forsøge at synliggøre de divergerende arbejdsformer, hvilket leder tilbage til flere læreres overvejelser om *"en fælles snak"*. Vi finder det således relevant, at Greve skole evaluerer elevplansarbejdet i fællesskab, og at lærerne udveksler erfaringer. Det er essentielt i denne sammenhæng at huske, at de nye læreres ikke-rutiner kan vise sig lige så frugtbare, som de erfarnes rutiner.

### **Konklusion**

Vi har i artiklen undersøgt, hvordan lærere på Greve skole oversætter myndigheder og skoleledelsens hensigter med elevplanen, og hvilke implikationer dette har for organisationens læring. Dette har vi i artiklen synliggjort gennem to nedslag i empirimaterialet fra et større casestudie.

Vi har for det første identificeret spændinger mellem de erfarnes læreres oversættelse af ledelsens tilpasning til Greve skoles kontekst og de nye læreres oplevelse af at manglende indsigt heri. For det andet har vi identificeret spændinger mellem de interviewede læreres begrundelser og behov for et tydeligere fælles formål. I forbindelse med spændingerne ser vi herved et uudnyttet organisatorisk læringspotentiale. Vi finder det i den forbindelse betydningsfuldt for organisationens læring, at ledelsen og lærerne sørger for altid at introducere nye lærere til elevplansarbejdets formål og støtte dem i at udvikle egne rutiner. Desuden finder vi det relevant, at ledelsen løbende skaber rum til synliggørelse af divergerende arbejdsmetoder og refleksion i fællesskab over arbejdet med elevplanen.

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

## Noter

- 1 I samarbejde med Kommunernes Landsforening og Danske Regioner indførte Regeringen i 2008 udfordringsretten. Udfordringsretten betyder, at institutioner, der leverer offentlig service, har mulighed for på forsøgsbasis at blive fritaget for nogle af de gældende statslige og lokale regler for at afprøve nye måder at gøre tingene på i den offentlige sektor. Med Udfordringsrettens indførelse fik skolerne i endnu højere grad mulighed for lokalt at bestemme, hvordan elevplanerne føres ud i skolelivets praksis (Indenrigsministeriet, 2010).
- 2 Vi forstår oversættelse som en måde, hvorpå en organisation kan skabe mening omkring et nyt elements indoptagelse i organisationen, f.eks. elevplanen (Dahler-Larsen og Krogstrup, 2001, p. 82)
- 3 Skolens navn er anonymiseret og lærernes navne ligeledes. Da skolen i dag er sammenlagt med en anden skole og har en anden struktur, har vi alligevel valgt at bibeholde relationen til Greve kommune, da casen ikke kan identificeres som en specifik skole i kommunen.
- 4 Vi anvender i artiklen begrebet *fortolkning* synonymt med oversættelse, når vi analyserer aktørernes forståelse af elevplanen.
- 5 En organisationsopskrift skal her forstås som et socialt konstrueret symbol for den bedste måde at organisere sig på, som aktørerne tager for givet. Uagtet om det er påvist, at opskriften fungerer effektivt, opfatter aktørerne den som den bedste metode til at organisere sig (Røvik, 2007, p. 13-14).
- 6 I efterfølgende analyse citerer vi fra undersøgelsen Klode og Werther, 2011. Der anføres blot sidetal ved citaterne.
- 7 I 2008 valgte skoleledelsen på Greve skole, at der ikke skulle skrives elevplaner i alle fag.

## Referencer

- Argyris, C. og Schön, D., 1996. *Organizational Learning II, Theory, Method, and Practice*, Addison Wesley: London (a).
- Argyris, C. og Schön, D., 1996. *Why Individuals and Organizations have Difficulty in Double Loop Learning in Organizational Learning*, Blackwell: Oxford (b).
- Dahler-Larsen, P. og Krogstrup, H. K. (red.), 2001. *Tendenser i evaluering*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.



Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

- Easterby-Smith, M., L. Araujo og J. G. Burgoyne (Eds.), 1999. *Organizational Learning and the Learning Organization*, Sage Publications: London.
- EVA (Danmarks evalueringsinstitut), 2008. *Arbejdet med elevplaner – en national undersøgelse af erfaringer*. Vester kopi: København.
- Folketinget, 2012: B 61- Forslag til folketingsbeslutning om afskaffelse af obligatoriske elevplaner. Findes på: <http://www.ft.dk/samling/20111/beslutningsforslag/b61/beh1/forhandling.htm?startItem=-1> (besøgt d. 25.07. 2012)
- Indenrigsministeriet, 2010: *Information om udfordringsretten*. Findes på: [http://www.im.dk/Indenrigs/Udfordringsret\\_og\\_frikommuner/~/\\_media/Filer-dokumenter-IN/Kommuner-regioner/Udfordringsret-frikommuner/Information-om-udfordringsret.ashx](http://www.im.dk/Indenrigs/Udfordringsret_og_frikommuner/~/_media/Filer-dokumenter-IN/Kommuner-regioner/Udfordringsret-frikommuner/Information-om-udfordringsret.ashx) (besøgt 31.10.2012)
- Jacobsen, A.J., 2009. *Professioner, paradokser og strategier i organisatorisk forandring*, Ph.d. afhandling, Institut for læring og filosofi, Aalborg Universitet: Aalborg.
- Klode, S.T., og Werther, M.N., 2011. *Elevplaner – evalueringsredsskab mellem kvalitet og kontrol*. Speciale, Institut for Læring og Filosofi, Aalborg Universitet: København.
- Krejsler, J., 2007. Elevplanen mellem refleksion og kontrol. I: Moos, L., et al.: *Nye sociale teknologier i folkeskolen – kampen om dannelse*. Dafolo forlag: Frederikshavn.
- Orton, D. og Weick, K. E., 1990. *Loosely Coupled Systems: A reconceptualization*. *Academy of Management Review*. Vol. 15 (2).
- Rasborg, K., 2004. Socialkonstruktivismen i klassisk og moderne sociologi. I Fuglsang, L. & Olsen, P. B., 2004. *Videnskabsteori På tværs af fagkulturer og paradigmer, i samfundsvidenskabernes*. Roskilde Universitetsforlag: Roskilde.
- Røvik, K. A., 2007. *Moderne organisasjoner*. Fakkbokforlaget: Bergen.
- Senge, P., 1990. *The Fifth Discipline: The art and Practice of the Learning Organisation*, Doubleday: New York.
- Sjørup, U., 2006. *Elevplaner – en nøgle til vækst og læring*. Dafolo forlag: Frederikshavn.
- Stacey, R., 2001. *Complex responsive processes in organizations: learning and knowledge creation*. Routledge: New York.
- Stacey, R., 2009. *Strategic Management and Organizational Dynamics. The Challenge of Complexity*, Prentice Hall: Upper Saddle River, New Jersey.
- Tromborg, E., 2007. *Teamets arbejde med – elevplaner*. Kroghs forlag: Frederikshavn.

Oversættelse af elevplaner i folkeskolen  
Alice Juel Jacobsen  
Michelle Nadia Werther og Stinne Tarp Klode

- Undervisningsministeriet, 2009. *Bekendtgørelse om elevplaner, elev- og uddannelsesplaner samt uddannelsesplaner i folkeskolen*. Lovtidende: København.
- Weick, K.E., 1995, *Sensemaking in Organizations*, Sage Publications: Thousand Oaks, CA.
- Weick, K. E. og Westley, F., 1996. *Organizational learning: Affirming an Oxymoron in Studying Organization*. Theory and Method, Sage Publications: Thousand Oaks, CA.

# Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder

**Lone Sundahl Olsen**

*Cand.Psych., ekstern lektor ved Institut for Kommunikation & Psykologi, Aalborg Universitet, Ph.d.-stipendiat, Tilknyttet forskningsprojektet NASUD og forskningsenheden Cognitive Psychology Unit – CPU.*

**Kristine M. Jensen de López** professor mso, Institut for Kommunikation & Psykologi, Aalborg Universitet. Ph.d. grad i udviklingspsykologi, Cand. Psych.. Leder af forskningsprojektet NASUD - Normal og atypisk sproglig udvikling hos danske førskolebørn og skolebørn, inklusiv standardisering af dansk test der måler grammatisk forståelse (TROG-2). Leder af forskningsenheden Cognitive Psychology Unit – CPU. Leder af Clinic for Developmental Communication Disorders (Sprogklinikken).

277 

På institutioner og skoler i Danmark oplever man i stadig højere grad, at man i den pædagogiske praksis må forholde sig til børn og elever der vokser op med mere end et sprog. Debatten om tosprogethed præges i nogen grad af udokumenterede påstande og fordomme i forhold til konsekvenserne af det at tilegne sig to sprog samtidig. Nærværende undersøgelse har set nærmere på læse-, skrive- og kognitive færdigheder hos danske simultane tosprogede børn. Børnene blev testet med i alt syv forskellige tests, der afspejler børnenes læse-, skrive- og kognitivefærdigheder. Resultaterne blev sammenlignet med resultaterne fra en kontrolgruppe af etsprogede børn fra samme køn og skoleklasse. De overordnede resultater viser, at læse-, skrive- og kognitivefærdigheder hos de tosprogede børn er lige så godt og i nogle tilfælde faktisk bedre end resultaterne hos de etsprogede børn. Følgende artikel redegør først for den teoretiske baggrund for undersøgelsen, efterfulgt af en beskrivelse af

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
 Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

den anvendte forskningsdesign og udvalgte resultater fra undersøgelsen, for til sidst at afrunde med en diskussion af resultaterne og implikationer for den pædagogiske praksis.

### Baggrund for undersøgelsen

Danske børns læse- og skrivefærdigheder påkalder sig ofte stor opmærksomhed fra forskere, undervisere og politikere. En opmærksomhed som synes ganske naturlig i betragtning af at al evidens peger på, at netop disse færdigheder har markant betydning for børns uddannelsesmæssige fremtid. Forskellige fagfolk, der arbejder med børns sprog, citeres jævnligt for, at danske børn har en forsinket og mangelfuld udvikling af læse- og skrivefærdigheder på dansk. Et forhold der bl.a. er kommet til udtryk i OECD's PISA undersøgelser, hvor man fx i 2003 fandt at 17 % af de danske afgangselever forlader folkeskolen som funktionelle analfabeter og har så ringe funktionelle læsefærdigheder, at de formodentlig får vanskeligheder med at klare en ungdomsuddannelse. I debatten fremhæves det ofte, at særligt tosprogede danske børn og unge har problemer med at lære at læse og skrive dansk. Og faktum er, at man i institutioner og skoler i dag i stigende grad oplever, at man i den pædagogiske praksis må forholde sig til netop tosprogede børn, der står overfor den opgave at skulle tilegne sig mere end et sprog. Der hviler således en stor byrde på pædagoger og lærere i forhold til at sikre den optimale tilegnelse af det danske sprog og dermed øge sandsynligheden for, at disse børn ikke bliver tabere i uddannelsessystemet.

Tosprogethed beskrives i debatten ofte som en entydig gruppevariabel med en negativ homogen virkning på børns udvikling af skolemæssige færdigheder. En af konsekvenserne af denne tilgang til tosprogethed er, at sproglige vanskeligheder og problemer med tilegnelsen af skolemæssige færdigheder hos et tosproget indskolingsbarn i vidt omfang forklares som et resultat af netop tosprogetheden, og det faktum at barnet skal forholde sig til to sprog. Denne forklaring øger ikke alene risikoen for, at man overser indlæringsvanskeligheder, specifikke sprogforstyrrelser eller ordblindhed, men den øger også sandsynligheden for, at forældre, der selvfølgelig ønsker det bedste for deres børn, til tider føler sig presset til udelukkende at tale dansk med deres barn.

I store dele af verden er det at vokse op som tosproget normen frem for undtagelsen, og selvom det ikke gør sig gældende for Danmark, så finder mange mennesker det fascinerende, når et barn er

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
 Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

i stand til simultant at tilegne sig to eller flere sprog. Der er dog sjældent langt fra at se tosprogetheden som en fascinerende særlig egenskab hos et barn til at se den som årsagen til eventuelle vanskeligheder hos et barn.

### Tosprogethed og den kognitive udvikling

Historisk har konsekvenserne af simultan sprogtilegnelse for et barns generelle sproglige og kognitive udvikling været præget af fordomme. Op gennem det meste af det tyvende århundrede var den dominerende opfattelse, at tosprogede børn generelt udviste akademiske eller intellektuelle mangler (f.eks. Smith 1923; Haugen, 1956; Kittel, 1959). Disse undersøgelser anses dog i dag for at være uvidenskabelige. Årsagerne hertil er, at man i mange af disse undersøgelser dels sammenlignede børn fra socialt dårlige stillede indvandrere med børn fra middelklassen, og dels at undersøgelserne ofte kun blev gennemført på indvandrers barnets andet sprog. Senere videnskabelige undersøgelser understøttede dog opfattelsen af tosprogethed som en ulempe for tosprogede børn, idet disse undersøgelser påviste, at tosprogede førskolebørn ofte havde et mindre ordforråd i hvert af deres sprog end etsprogede børn (Ben-Zeev, 1977, Tsushima & Hogan, 1975; Lemmon & Goggin, 1989; Cobo-Lewis Pearson, Eilers & Umbel, 2002). Den dag i dag bruges dette fund ofte som argument mod tosprogethed.

Vygotsky var en af de første, som foreslog at tosprogethed også kunne have en gavnlig effekt for børns kognitive udvikling (1962). Vygotsky foreslog at, tosprogede børns erfaringer med flere sprog gør, at de lærer at se deres sprog som et bestemt system ud af mange og at se deres sprogs fænomener i mere generelle kategorier, hvilket formodentlig giver det tosprogede barn en øget bevidsthed omkring lingvistiske operationer (Vygotsky, 1962, p. 110).

Vygotskys tanker blev delt af Pearl og Lambert (1962). De gennemførte en empirisk undersøgelse, der for første gang viste, at tosprogede børn klarede sig bedre end etsprogede børn i en intelligens-test, der både testede verbal og non-verbal intelligens. Børnene som deltog i undersøgelsen var balanceret tosprogede, det vil sige, at børnene havde lige gode færdigheder i sine to sprog. Dette faktum var medvirkende til, at der blev ført en diskussion af, hvorvidt den veludviklede tosprogethed var årsagen til den højere intelligens hos de tosprogede børn eller omvendt. Nyere forskning (Leopold 1970; Bialystok 1988; Cromdal 1999) har vist, at tosprogede

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
 Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

børn ofte bedre forstår sætningsopbygning og grammatik end et-sprogede børn, og at tosprogede børn derfor kan have visse kognitive fordele især i forhold til bevidst omgang med sproget.

Ifølge Ben-Zeev (1972) kan tosprogede børn tænkes at have en fordel i opgaver, der involverer symbolsk fleksibilitet, fordi deres situation, hvor de dagligt oplever to forskellige symboler for næsten alle objekter, er med til at fremskynde forståelsen af symboler og begreber. Tosprogede børn er tvunget til at vælge - bevidst eller ubevidst - hvilket sprog de skal bruge, hvis de ønsker at blive forstået eller accepteret af deres nærmeste. Endvidere fremhæves der ofte i litteraturen, at tosprogede har en særlig mulighed for at forstå, at sproget er nogle tilfældige sammensætninger af lyde, der ikke i sig selv har noget med tingene at gøre (Goetz, 2003; Holm & Laursen, 2000; Cromdal, 1999; Ben-Zeev, 1972). Som understreget af Vygotskys (1962) er der ikke nogen indre logik i, at en ting med sider i hedder bog. Man kunne lige så godt bruge lydene i det engelske ord for bog *book* eller det tyrkiske ord *kitap* til at referere til den selv samme genstand. Der antages altså at tosprogede nemmere kan forholde sig til sprog som sprog og ikke blot tager et sprogligt udtryk for givet. Med andre ord antages det, at det tosprogede barn udvikler en højere evne til metasproglig bevidsthed tidligere end et-sprogede børn. De nye forskningsresultater viser, at tosprogethed kan være en fordel i forhold til at støtte barnets kognitive udvikling, måske især hos børn der vokser op i familier med få ressourcer. I en ny undersøgelse, hvor man sammenlignede sproglige og kognitive færdigheder hos henholdsvis lav indkomst et-sprogede børn i Portugal og tosprogede (portugisisk-luxemburgsk) minoritetsbørn fra lav indkomst familier i Luxemburg, fandt man, at de tosprogede børn var foran de et-sprogede børn på en række kognitive færdigheder (Engel de Abreu, Cruz-Santos, Tourinho, Martin & Bialystok, i tryk).

### **Tosprogethed og udviklingen af læse- og skrivefærdigheder**

Flere forskere har fremhævet, at man på baggrund af denne tidligere udvikling af metasproglig bevidsthed hos det tosprogede barn, forventer at tosprogethed som faktor vil have en særlig betydning i forhold til barnets udvikling af læse- og skrivefærdigheder, da disse færdigheder hviler på et samspil mellem relativt komplekse sproglige færdigheder (Cromdal 1999; Bialystok & Herman 1999). På denne baggrund er det forholdsvis overraskende, at litteraturen omkring

tosprogethed kun i begrænset omfang behandler tosprogede børns læse- og skriveudvikling. Studier indenfor forskningen af tosprogethed har historisk set fokuseret på den mundtlige sproglige udvikling og forsømt udforskningen af tosprogede børns boglige færdigheder som evnen til at læse og skrive (Carrell 1989, Bialystok & Herman 1999; Bialystok et al., 2003).

Forskningen i sammenhængen mellem tosprogethed og udviklingen af læse- og skrivefærdigheder har naturligt nok ofte fokuseret på det tosprogede barns tidligere udvikling af sproglige bevidsthed. Man har dog også set nærmere på andre dele af barnets kognitive udvikling. I deres artikel fra 1999 diskuterer Bialystok & Herman på baggrund af studier indenfor såvel udviklingen af læse- og skrivefærdigheder som tosprogethed den mulige effekt af tosprogethed på udviklingen af de kognitive færdigheder, som er fundamentale for tilegnelsen af læse- og skrivefærdigheder. Gennem en metaanalyse af litteraturen og tidligere studier diskuterer Bialystok og Herman, (1999), hvorvidt tosprogede børn adskiller sig fra deres etsprogede kammerater i tilegnelsen af de kognitive færdigheder, som man anser for at være væsentlige i forhold til at udvikle læse- og skrivefærdigheder. Artiklen konkluderer at i mange aspekter af den kognitive udvikling, som går forud for udviklingen af læse- og skrivefærdigheder, ser tosprogede børn ud til at udvikle sig med en anden fart og på en anderledes måde end de etsprogede børn. Forskellene i udviklingen af læse- og skrivefærdigheder mellem de to grupper var dog multidimensionelle, forstået på den måde, at nogle af forskellene så ud til at være en ulempe for de tosprogede børn, fx ordforrådet, mens andre så ud til at være en fordel for dem, fx den sproglige eller fonologiske bevidsthed. Fonologisk bevidsthed betegner evnen til at skifte fokus fra ordets betydning til ordets lydlige opbygning. Fonologisk bevidsthed har vist sig at være af stor betydning for udviklingen af læse- og skrivefærdigheder, der er således konsensus om, at børn der har en god fonologisk bevidsthed har lettere ved den første læseindlæring (Bialystok et al., 2003).

### **Nærværende undersøgelse**

Udgangspunktet for nærværende undersøgelse var at undersøge udviklingen af læse- og skrivefærdigheder hos børn, som vokser op i Danmark i en tosproget familie, hvor enten moderen eller faren har og bruger et andet indoeuropæisk modersmål end dansk. Fokus for undersøgelsen var således *simultane* tosprogede børn,



som vokser op i Danmark med dansk og et andet indoeuropæisk sprog fra starten af sprogtilegnelsesprocessen. Formålet med undersøgelsen var med udgangspunkt i den eksisterende viden omkring tilegnelsen af læse- og skrivefærdigheder at belyse, hvilken betydning simultan tosprogethed som faktor har for afgrænsede aspekter af barnets tidlige udvikling af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder

### **Deltagere**

I alt 30 danske børn deltog i undersøgelsen. Femten af børnene var tosprogede børn (ni piger og seks drenge). De tosprogede børn blev rekrutteret gennem internettet og annoncer i aviser. Alle de tosprogede børn er opvokset i Danmark med to sprog fra fødslen. I alle hjemmene talte den ene af forældrene dansk, mens den anden talte enten engelsk, tysk eller fransk. Valget af udelukkende germanske og keltiske sprogtyper skyldtes for det første et ønske om, at sprogene var forholdsvis ensartede og byggede på samme skriftsystem. For det andet blev disse sprog valgt ud fra en betragtning om, at disse landes kultur har relativt meget til fælles. Målet hermed var, at den forskel som blev fundet imellem de ét- og tosprogede børn, ikke skulle kunne tilskrives kulturelle forskelle i deres respektive familiesystemer. Valget af disse sprogtyper skete således ud fra et ønske om at kontrollere kulturen ved at holde den konstant. Alle de tosprogede børn brugte begge sprog dagligt og skulle lære at læse og skrive på begge sprog. Børnene varierede i alderen fra 8-12 år med en gennemsnitsalder på 9.4 år. Alle de tosprogede børn gik i en dansk skole (1.- 5.klasse). Socioøkonomisk og sociokulturelt var de deltagende familier relativt homogene (alle familierne havde en SES-status målt på deres årlige indkomst på mellem 300.000-500.000 kr.).

De resterende 15 børn i undersøgelsen var etsprogede børn, som fungerede som kontrolgruppe for de tosprogede børn. En gennemgang af litteraturen fremhæver følgende faktorer som værende af særlig betydning for niveauet af børns læse- og skrivefærdigheder: køn, alder, forældrenes SES, klassetrin og det generelle faglige niveau i barnets klasse (Vellutino, 2003). Børnene i kontrolgruppen blev derfor rekrutteret fra den samme klasse som det tosprogede barn. Kriteriet for deltagelse i kontrolgruppen var, at der kun blev talt dansk i barnets hjem. Kontrolbarnet blev ligeledes matchet med det tosprogede barn i forhold til faktorerne: Køn, alder og SES. De et-

sprogede børn varierede i alderen fra 8-12 år med en gennemsnitsalder på 9.3 år.

### Procedure og testmateriale

Der blev udarbejdet et samlet undersøgelsesbatteri, som inddrog tre forskellige opgavetyper: 1) Skrive- og læseprøver 2) Ordforrådsopgave 3) Metakognitive færdigheder. Endvidere så blev alle forældrene til tosprogede børn bedt om at udfylde et spørgeskema. Alle børnene blev testet på dansk.

#### 1) Læse- og skriveprøverne

Materialet til at undersøge børnenes læse- og skrivefærdigheder bestod af en læseprøve, en skriveprøve og en staveprøve. Alle prøverne bliver anvendt i den danske folkeskole. Ingen af de deltagende børn havde prøvet de anvendte prøver forud for denne undersøgelse.

- **Læseprøven:** (miniSL1, miniSL2, SL60, SL40). Afhængig af barnets alder fik det en af disse læsetests. MiniSL er danske læseprøver, der er udviklet til at undersøge børns begyndende læsefærdigheder. Prøverne består af en række forskellige sætninger. I hver sætning skal barnet markere et billede ud af fem, som udtrykker det samme meningsindhold, som den læste sætning.
- **Skriveprøven:** I denne opgave fik barnet udleveret et skriveoplæg i form af en tegning af en pige med en bold foran en bil, hvorefter barnet blev bedt om at skrive en historie, der passede til tegningen.
- **Staveprøven:** I denne opgave fik barnet en delprøve fra SUP, som er en diagnostisk læse- og retskrivningsprøve. I delprøven skulle barnet stave 28 forskellige ord. De 8 ord er ikke fonetiske ord, dvs. ord, der klart staves anderledes end de siges, mens de 20 resterende ord er fonetiske ord, der i nogen udstrækning staves, som de siges.

#### 2) Ordforråd

Barnets ordforråd blev bestemt på baggrund af en spontan fortælling. Barnet blev introduceret til Mayer's "Frog Story" (1969), som er en billedbog. Barnet blev bedt om at kigge bogen igennem for derefter at fortælle en historie ud fra billederne.

### 3) Metakognitive færdigheder:

- **Opmærksomhed og fonologisk hukommelse:** I denne opgave blev delprøven talspændvidde fra WISC-III (Wechsler, 2001) anvendt. Barnet fik læst en sekvens af tal højt, hvorefter det blev bedt om at gentage hver sekvens i den samme rækkefølge (talspændvidde forfra) eller i omvendt rækkefølge (talspændvidde bagfra).
- **Sproglig bevidsthed:** En dansk oversættelse af Cromdals symbolerstatningsopgave (Cromdal, 1999). Barnet fik læst 10 sætninger højt. Efter hver sætning blev barnet bedt om at gentage sætningen, dog med den ændring, at subjektet i hver sætning skulle erstattes med ordet *kage*. Børnene fik besked på, at de kun måtte erstatte subjektet og at de kun måtte bruge *kage* i ental. Entalsformen skulle således også anvendes, når subjektet i den første sætning fx var flertal. Eksempelvis blev følgende sætning givet til barnet: "*Tigerne i zoo er ofte meget sultne*". Barnet var her primet til at sige: "*Kage i zoo er ofte meget sultne*". Barnet gennemgik forud for testningen en grundig træning med andre ord end targetordene, og den egentlige testning gik først i gang, når barnet forstod reglerne for legen.

Al testningen blev optaget på en båndoptager. Forældrene til de tosprogede børn blev alle bedt om at udfylde et spørgeskema omkring familiens anvendelse af sprog i dagligdagen. De blev endvidere bedt om at vurdere deres barns sproglige formåen på en skala fra 0-5 (se tabel 1).

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

	Beskrivelse
0	Ikke i stand til at tale sproget; har få ord; kan ikke producere sætninger; kun i stand til at forstå få ord
1	Kan ikke tale sproget; har nogle få ord; forstår grundindholdet i; hvad der bliver sagt.
2	Kan tale sproget, men begrænset færdigheder med mange grammatiske fejl og et meget begrænsede ordforråd; forstår grundindholdet i hvad der bliver sagt.
3	Gode færdigheder; nogle grammatiske fejl; ordforrådet er knyttet til bestemte kontekster men godt i disse kontekster; forstår det meste af, hvad der bliver sagt.
4	Rigtig gode færdigheder; få grammatiske fejl; af og til mangler i ordforråd; forstår næsten alt, hvad der bliver sagt
5	Modersmålsagtige færdigheder; sjældent grammatiske fejl; meget godt ordforråd, forstår alt, hvad der bliver sagt.

Tabel 1: Skema til vurdering af børns tosprogethed. Frit oversat efter Gutiérrez-Clellen & Kreiter, 2003.

### Kodning og dataanalyse

Hver delprøve blev kodet på forskellige vis. Læse-/skriveprøverne blev kodet på følgende måde:

- Læseprøven: Tiden anvendt og antal fejl blev målt.
- Skriveprøven: Antal forskellige ord.
- Staveopgaven: Procentvis antal stavefejl.

Færdigheder i ordforråd og de metakognitive opgaver blev kodet på følgende måde:

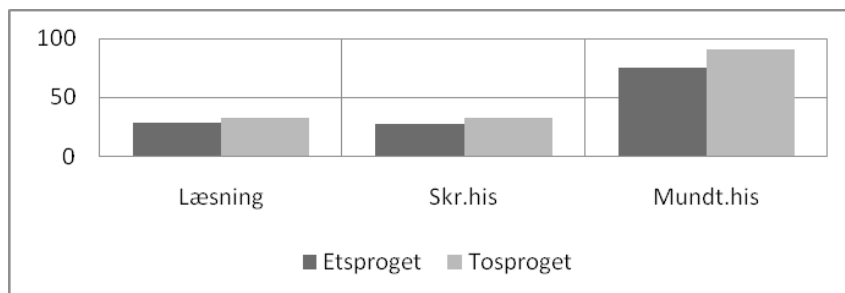
- Mundtlig fortælling: Antal forskellige ord og typen af ord anvendt i fortællingen, "Frog Story" samt antallet af mentale ord, som barnet anvender spontant, når det fortæller historien.
- Talspændvidde: Antal genkaldte tal (både forlæns og baglæns).
- Symbol erstatning: Antal korrekte erstatninger.

Formålet med forældre spørgeskemaet var at kunne vurdere barnets grad af tosprogethed. Forældrene angav selv direkte deres vurdering af barnets tosprogethed. Da forskning har påvist, at der er en god korrelation mellem evnen til at fortælle en historie fra en ordløs billedbog og spontane mundtlige færdigheder i det anvendte sprog (Herman, 1996), blev forældrenes vurdering af deres barns

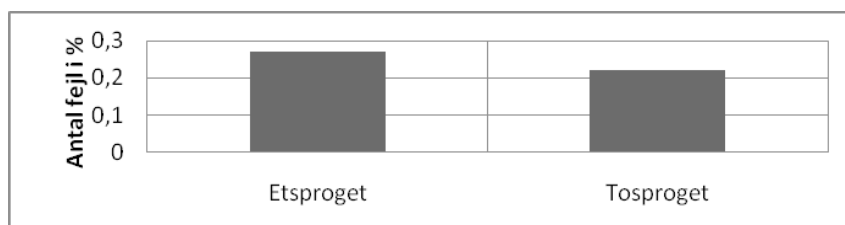
sproglige færdigheder endvidere sammenlignet med barnets spontane fortælling til den ordløse billedbog.

## Resultater

Resultaterne fra læse-/skriveopgaverne viste, at de et- og tosprogede børn klarede sig næsten lige godt i samtlige opgaver. Der blev således ikke fundet nogen signifikant forskel mellem de to gruppers præstation (se figur 1 og 2).



Figur 1: De tre læse-/skriveopgaver: Læsning, skriftlig historie og mundtlig historie.

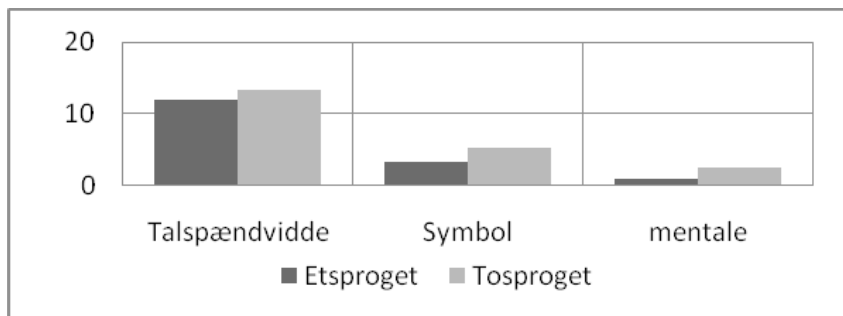


Figur 2: Antallet af fejl i staveprøven i %.

Det er særligt overraskende, at der ikke er nogen signifikant forskel på de to sproggruppers anvendelse af ord i både det skriftlige og det mundtlige narrativ. Megen forskning har således vist, at tosprogede generelt har et mindre ordforråd i hvert af deres sprog end etsprogede. Resultaterne indikerer, at dette ikke er tilfældet for de børn, som deltog i nærværende undersøgelse.

I de metasproglige/metakognitive opgaver klarede de tosprogede børn sig bedre end deres etsprogede kammerater. Faktisk klarede de sig signifikant bedre i alle tre opgaver: De huskede flere tal ( $p=.050$ ), de var i stand til at foretage flere korrekte symbolerstatninger ( $p=.004$ ), og endelig så anvendte de flere mentale beskrivelser i deres fortælling til Mayer's "Frog Story" ( $p=.017$ ) (se figur 3).

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
 Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López



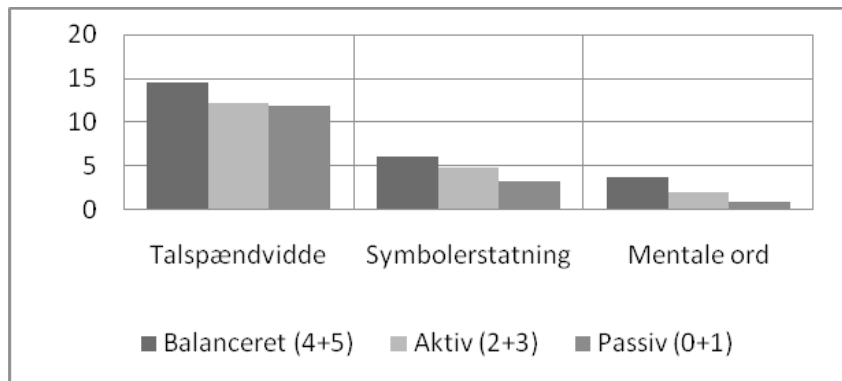
Figur 3: De metasproglige-/metakognitive opgaver.

Nærmer analyse af dataene viser dog, at den signifikante forskel i præstationen i de metasproglige/metakognitive for de et- og tosprogede børn udlignede sig med alderen. Således var der ikke længere nogen signifikant forskel mellem sproggruppe og præstationen i de metakognitive færdigheder for børnene i 3. til 5. klasse.

Dataene fra spørgeskemaerne viste, at der i alle de tosprogede familier blev talt to sprog i hjemmet. I ti af familierne var det moren, som havde et andet sprog, og i de resterende fem familier var det faren. Alle de tosprogede børn hørte og talte mest dansk i løbet af ugen (gennemsnitlig 75 % af tiden). Syv af børnene blev af deres forældre karakteriseret som værende balanceret tosproget, (rating 4 eller 5) mens 6 børn blev karakteriseret som værende aktiv tosproget (rating 2 og 3) og kun 2 af de tosprogede blev af deres forældre vurderet til at være passiv tosprogede (rating 0 og 1). (For uddybning af ratings se tabel 1). Alle de tosprogede børns forældre angiver, at de er bevidste om, at deres barn bliver stimuleret i det sprog, som ikke er dansk og alle ønsker, at deres barn bliver i stand til i hvert fald at læse, men også gerne at skrive på begge sprog.

Yderligere analyse af dataene viste en signifikant positiv korrelation mellem graden af tosprogethed og barnets færdigheder i metasproglige-/metakognitive opgaver. De tosprogede børn der af deres forældre blev vurderet til at være balanceret tosprogede (rating 4 og 5) klarede sig signifikant bedre i de tre metasproglige-/metakognitive opgaver end de tosprogede børn, der af deres forældre var blevet bedømt til ikke at være balanceret tosprogede (score >4) (se figur 4).

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
 Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López



Figur 4: Graden af tosprogethed som faktor.

De tosprogede børn, der af forældrene blev vurderet til ikke at være balanceret tosproget, klarede dog fortsat de tre metakognitive/lingvistiske opgaver bedre end de etsprogede børn, men forskellen var ikke længere signifikant.

Der blev ikke fundet nogen sammenhæng mellem graden af tosprogethed og børnenes præstationer i læse-/skriveopgaverne.

For at samle op på ovenstående resultater, så viste nærværende undersøgelse at:

- De et- og tosprogede børn klarede sig lige godt i de deciderede læse-/skriveropgaver.
- De tosprogede børn klarede sig signifikant bedre end de etsprogede børn i de metasproglige-/metakognitive opgaver
- De tosprogede børn, der var flydende i begge deres sprog klarede sig signifikant bedre i de metasproglige-/metakognitive opgaver end de tosprogede børn, som ikke var flydende på deres to sprog.

### Mulige forklaringer på resultaterne

Undersøgelsen viser at simultan tosprogethed bidrager til børns tilegnelse af metakognitive/lingvistiske færdigheder og formodentlig også delvis til tidlig tilegnelse af læse- og skrivefærdigheder. En opvækst som simultan tosproget påvirker formodentlig barnets tidlige udvikling af opmærksomhedskontrol og giver dem en meta-kognitiv fordel. En fordel, som formodentlig har en positiv påvirkning på den tidlige tilegnelse af læse- og skrive færdigheder, men det er dog uvist om denne formindskes eller helt forsvinder senere hen i skoleårene. Nogle af resultaterne fra undersøgelsen indikerer at forskellen mel-



Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
 Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

lem de et- og tosprogede børn bliver udlignet med alderen. På grund af det lille deltager antal i undersøgelsen er det dog nødvendigt med yderligere forskning for at kunne afklare dette spørgsmål.

Spørgsmålet er, hvordan man kan forklare den metasproglige-/metakognitive fordel hos de tosprogede børn? En mulig forklaring kunne være, at det tosprogede barns evige skift mellem to sprog opøver barnets evne til at filtrere forstyrrelser fra. Tosprogede børn er, i kraft af at de må forholde sig til mere end et sprog, i højere grad er tvunget til at rette deres opmærksomhed mod lingvistiske inputs, hvor et barn, der udelukkende anvender et sprog, vil fokusere på mening. Tosprogede børn må oftere end etsprogede børn adskille lingvistiske og konceptuelle informationer og rette opmærksomheden mod specifikke dele af sproget. Brugen af flere sprog øger behovet for kontrol for at kunne foretage et valg af relevante informationer. Det vil sige, at det tosprogede barn ubevidst må regulere og føre kontrol med informationsprocesserne på en anden måde end det etsprogede barn, der ikke i samme grad som det tosprogede barn har brug for at udvælge relevante informationer. Skiftet mellem to sprog påvirker derfor formodentlig det tosprogede barns tidlige bevidsthed omkring lingvistiske handlinger og barnets evne til at kontrollere den sproglige opmærksomhed. En øvelse som kan antages at medfører en generel fordel i løsningen af meta-kognitive opgaver.

Det naturlige spørgsmål i forlængelse heraf er naturligvis, hvorfor det tosprogede barn ikke opnår samme fordel i læse-/skrive opgaverne, der på sin vis også kræver, at barnet kontrollerer sin opmærksomhed. Som påpeget af Bialystok & Ryan (1985), så stiller læse-/skrive opgaver større krav til barnets evne til at analysere lingvistisk viden, end de gør til barnets evne til at kontrollere opmærksomhed og filtrere forstyrrelser fra.

Undersøgelsen viser ligeledes, at tosprogethed ikke er en simpel variabel. Jo mere balanceret det tosprogede barn (ifølge sine forældre) er i sine to sprog, desto mere er barnet formodentlig trænet til at koncentrere sin opmærksomhed og filtrere forstyrrelser fra. Dette medfører en større meta-kognitiv fordel. Et forhold som måske kan forklare nogle af de diskussioner, som er ført omkring tosprogethed: Når man diskuterer sammenhængen mellem tosprogethed og udviklingen af henholdsvis metasproglige/metakognitive færdigheder og læse-/skrive færdigheder, så er det nødvendigt at være præcis med, hvad der menes med begrebet tosprogethed, for som under-

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

søgelsen viser, så er tosprogethed ikke en simpel faktor med en entydig påvirkning.

### Sammenfatning

Det forhold, at tosprogede børn i deres dagligdag forholder sig til to forskellige sprog, giver dem tilsyneladende en række fordele. På det litterære plan udmærkede de tosprogede børn sig i bestemte opgaver, som afspejlede væsentlige aspekter af det at kunne læse og skrive, dog bør det understreges, at der er meget lidt, som tyder på, at tosprogede børns overordnede læse- og skrivepræstationer er signifikant forskellige fra etsprogede børns præstationer. De et- og tosprogede børn var således lige gode til at analysere sproget med henblik på at danne mening – en færdighed som bl.a. er relevant i forhold til at stave ord og udvælge billeder, som passer til en læst tekst. Fordelen for de tosprogede børn kommer til udtryk ved, at de klarer visse typer af opgaver lettere end etsprogede børn, nemlig opgaver, hvor barnet skal udvælge og integrere relevante informationer under tilstedeværelsen af forstyrrende information. En færdighed som er væsentlig i de fleste typer af litterære opgaver – dog i forskellig grad.

Tosprogede børn er lige så forskellige som alle andre børn og repræsenterer principielt samme sociale spredning i forventet skolesucces. Det særlige ved de tosprogede børn er, at de bruger og lærer to sprog. Deres to sprog kan være mere eller mindre udviklede, og det må anses som en del af skolens opgave at fange forskellene i børns sproglige forudsætninger og bygge videre på disse særlige kompetencer.

Undersøgelsen bidrager med stof til debatten omkring modersmålsundervisning, da resultaterne indikerer en positiv gevinst ved at tilbyde sprogundervisning i begge sprog, for de børn som vokser op med to sprog i hjemmet. Nærværende undersøgelse kan ikke indfange, hvorvidt der findes en kritisk grænse for hvor balanceret et barns to sprog skal være for at opnå den fulde meta-kognitive fordel, men den indikerer at desto mere balanceret barnet er i sine to sprog desto større fordel. Resultaterne understreger nødvendigheden af mere forskning i sammenhængen mellem tidlig tosprogethed, metakognitive- og læse- og skrivefærdigheder og især forskning, hvor tosprogethed ikke bliver betragtet som en enkel statistisk variabel. Til trods for at denne undersøgelses resultater og konklusioner bygger på et begrænset antal børn, så indikerer den med alt

tydelighed, at tosprogethed i sig selv ikke behøver at være en ulempe for et barn. Undersøgelsen viser derimod fordele ved at vokse op med to sprog i henhold til metakognitiv bevidsthed, som giver støtte til den internationale forskning på feltet.

I sprogtilegnelsen indgår både kognitive, interaktionelle, sociale og socialpsykologiske faktorer. I nærværende artikel er fokus på relationen mellem tosprogethed og den metakognitive udvikling. Alle børnene i denne undersøgelse kommer fra familier med god socioøkonomisk status. Der er således ikke taget højde for eventuel effekt af barnets socioøkonomiske status i undersøgelsens konklusioner. Dette bør dog ikke føre til et snævret syn på tosprogetheden som en ressource alene for børn i socioøkonomiske stærke familier. Som tidligere fremhævet peger internationale studier peger på, at også børn fra familier med dårlig socioøkonomisk status har en positiv metakognitiv effekt af at være tosproget (Engel et al., i tryk). Det kunne være ønskværdigt med en dansk udforskning af, hvorvidt dette også gør sig gældende for danske tosprogede børn, der vokser op i socioøkonomiske svage familier.

## Referencer

- Ben-Zeev, 1977, The influence of Bilingualism on Cognitive strategy and Cognitive development. *Child Development*, 48, pp. 1009-1018.
- Bialystok, E. & Ryan, E.B., 1985, Towards a definition of metalinguistic skill. *Merill-Palmer, Quarterly*, 31, pp. 229-251.
- Bialystok, E., 1988, Levels of Bilingualism and Levels of Linguistic Awareness. *Developmental Psychology*, vol 24, pp. 560-567.
- Bialystok, E. & Herman, J., 1999, Does bilingualism matter for early literacy? *Bilingualism: Language and Cognition* 2(1), pp. 35-44.
- Bialystok, E.; Majumder, S. & Martin, M.M., 2003, Developing phonological awareness: Is there a bilingual advantage? *Applied Psycholinguistics*, 24, pp. 27-44.
- Cobo-Lewis, A.B; Pearson, P.Z.; Eilers, R.E. & Umbel, V.C., 2002, Effects of bilingualism and bilingual education on oral and written Spanish skills: A multifactor study of standardized test outcomes. In: Oller D.K. & Eilers R.E (ed.), *Language and literacy in bilingual children*, Multilingual Matters: Bristol, pp. 98-134.
- Cromdal, J., 1999, Childhood bilingualism and metalinguistic skills: Analysis and control in young Swedish-English bilinguals, *Applied Psycholinguistics*, 20, pp. 1-20.

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

- Engel de Abreu, P. M. J., Cruz-Santos, A., Tourinho, C. J., Martin, R. & Bialystok, E. (i tryk): Bilingualism Enriches the Poor: Enhanced Cognitive Control in Low-Income Minority Children. *Psychological Science*.
- Carrell, P. L., 1989, Metacognitive Awareness and Second Language Reading. *The Modern Language Journal*, 73 (2), pp. 121-134.
- Goetz, P. J., 2003, The effects of Bilingualism on Theory of Mind Development, *Bilingualism: Language and Cognition*, 6 (1), pp. 1-15.
- Gutiérrez-Clellen, V. F. & Kreiter, J., 2003, Understanding Child Bilingual acquisition using Parent and Teacher reports, *Applied Psycholinguistics*, 24, pp. 267-288,
- Hansen, M.; Kværndrup, L.; Larsen, K.; Laursen, E. & Pagaard, P.E., 1990, *SUP – diagnostiske læse- og retskrivningsprøver*, Vejledning, Dansk psykologisk Forlag: København.
- Haugen, E., 1956, *Bilingualism in the Americas, A Bibliography and Research Guide*. American Dialect Society.
- Holm, L. & Laursen, H. P., 2004, *Andetsprogdidaktik*, Dansk lærforeningens Forlag: København.
- Kittel, J. E., 1959, Bilingualism and language: Non-language intelligence scores of third grade children. *Journal of Educational Research* 52, pp. 263-68.
- Leopold, W.F., 1970, *Speech Development of a bilingual Child - A linguist's record*. New York, AMS Press.
- Lemmon, C.R. & Goggin, J.P., 1989, The measurement of Bilingualism and its relationship to Cognitive Ability. *Applied Psycholinguistics*, 10, pp. 133-55.
- Mayer, M., 1980, *Frog, where are you?* Dial Books for Young Readers: New York.
- Nielsen, C.J., 2001, *MiniSL – et prøvemateriale til beskrivelse og vurdering af børns sætningslæsning, læselyst og skrivning på 1. og 2. klassetrin*. Dansk psykologisk Forlag: København.
- Nielsen, C.J.; Poulsen, A. & Søgård, A., 2004, *Sætnings læseprøverne SL60 & SL40 – et prøvemateriale til beskrivelse og vurdering af børns læseniveau og læseudvikling på 2.-5.klassetrin*. Dansk psykologisk Forlag: København.
- Pearl, E.; Lambert, W., 1962, The relation of bilingualism to intelligence. *Psychological Monographs* 76, *General and Applied*, 76 (27), 1-23.
- Smith, F., 1923, Bilingualism and mental development. *British Journal of Psychology* 13, pp. 270-283.

Tosprogethed som faktor i udviklingen af læsning, skrivning og metakognitive færdigheder  
Lone Sundahl Olsen og Kristine M. Jensen de López

- Sundahl, L., 2005, Tosprogethed som faktor i læse- og skriveudviklingen. Ikke-publiceret semesteropgave, Kandidatstudiet ved psykologistudiet Aalborg Universitet.
- Tsushima, W.T. & Hogan, T. P., 1975, Verbal ability and School achievement of Bilingual and Monolingual Children of different ages. *Journal of Educational Research*, 68, pp. 349-53.
- Valdés, G. & Angelelli, C., 2003, Interpreters, Interpreting and the study of bilingualism. *Annual Review of Applied Linguistics* 23, pp. 58-78.
- Vygostky, L.S., 1962, *Thought and Language*. MIT Press: Cambridge, MA.
- Wechsler, D, 2001, *WISC-III DK – vejledning*. Foreløbig udgave, oversat af Thomsen, H. Dansk psykologisk Forlag: København.