

Vidensmedier på nettet

En sociokulturel forståelse af læring kan bringe os til at se bibliotekernes samlinger som læringsressourcer og til at rette blikket mod anvendelsespotentialerne. Christian Dalsgaard fra Aarhus Universitet præsenterer i årets FaBuLær artikel et bud på, hvad det kan betyde for formidlingen på nettet.

→ Der foregår i disse år en spændende udvikling på nettet med fremkomsten af nye sociale relationer og kommunikationsformer og ikke mindst nye måder at finde og dele viden. Med internettet får biblioteker nye muligheder for at formidle deres materialer til en meget bred målgruppe. Imidlertid ligger der en stor udfordring i at stille materialer til rådighed for en bred og ofte ukendt målgruppe. Som en optik til at forstå måden, hvorpå internettet bliver brugt til vidensdeling og vidensformidling, vil jeg introducere begrebet vidensmedier. Begrebet markerer en bevægelse væk fra traditionel formidling og sætter i stedet fokus på, hvordan man skaber åbne og personliserede vidensmedier, der imødekommer brugernes forskellige situationer og behov. Artiklen sætter især fokus på, hvordan biblioteker kan udnytte sociale netværk til at give materialer deres eget "liv" ud over bibliotekernes rammer.

Vidensmedier

Begrebet vidensmedier udspringer af en sociokulturel forståelse af viden og læring. Ifølge denne forståelse lærer vi ikke ved passivt at modtage viden, men derimod gennem aktiv konstruktion af viden. Læring finder sted, når vi udfører handlinger,

"Hvis man betragter viden som redskaber, må fokus derfor placeres på brugerens eller 'modtagerens' anvendelse af materialer og ikke på afsenderens formidling"

forsøger at nå et mål, løse et problem, besvare et spørgsmål, etc. Det vil sige, at læring altid finder sted i relation til handlinger, der har et mål eller et sigte. Når vi handler, anvender vi redskaber til at nå målene med vores handlinger.

Redskaber kan være helt praktiske ting som papir, blyant, gryder og pander, men det kan også være begreber og teorier. Pointen er, at disse redskaber først får en betydning - og dermed bliver til viden - når de anvendes med et formål; det vil sige til at skrive et

brev, til at lave mad, til at udforme en strategi, etc. Viden forstås som redskaber, men det er dog først, når redskaberne anvendes, at de bliver til viden. Et eksempel kunne være en træstub i skoven. I sig selv giver træstubben ikke mening, men hvis vi anvender den med det formål at hvile os, bliver den til en stol. Og det er først i handlingen, at vi forstår træstubben som en stol.

Konsekvensen er, at læreprocesser må betragtes som selvstyrede aktiviteter. Individet skal selv udføre handlinger og gøre sig egne erfaringer for at tilegne sig viden. Hvis man betragter viden som redskaber, må fokus derfor placeres på brugerens eller ”modtagerens” *anvendelse* af materialer og ikke på afsenderens formidling. Det giver ikke mening at formidle træstub eller stol til en modtager. Den skal give mening i relation til individets handlinger.

Ud fra denne forståelse af viden defineres vidensmedier meget bredt som *medier, der anvendes af individer til at konstruere viden*. Et medie eller et materiale bliver først et vidensmedie, når det anvendes aktivt af individet. Som vidensformidler skal man med andre ord ikke have fokus på at organisere og formidle et indhold af viden til individet.

Åbenhed og personalisering

I stedet må bibliotekers materialer præsenteres og organiseres på en sådan måde, at de understøtter brugernes forskellige aktiviteter og forskellige sammenhænge. Udfordringen er at udvikle vidensmedier uden at vide, hvordan de vil blive brugt. Dette kan imødekommes ved at præsentere vidensmedier i en åben form, der muliggør forskellige indgange og forskellige anvendelser. Derudover kan man personalisere vidensmedier med henblik på at understøtte det enkelte individs situation.

”Udfordringen er at udvikle vidensmedier uden at vide, hvordan de vil blive brugt”

Inden for biblioteksudviklingen ses allerede en tendens mod øget åbenhed og personalisering. Biblioteker kan imødekomme åbenhed gennem tematiske samlinger, der er større samlinger af materialer, der relaterer sig til det samme overordnede tema. En tematisk samling er typisk en portal, der samler en række artikler, videoklip, lydclip, links m.m. i tilknytning til et bestemt tema. Det kunne eksempelvis være temaer om H.C. Andersen (<http://www.andersen.sdu.dk/index.html>) eller om Carl Th. Dreyer (<http://carlthdreyer.dk>).

Tematiske samlinger er en bevægelse væk fra blot at tænke i kategorisering af enkelte materialer og i stedet at fokusere på relationer mellem materialer. Pointen med vidensmedier som tematiske samlinger er, at de har en åben karakter, idet de ikke fastlægger, hvad brugeren skal anvende samlingen til. Samtidig muliggør samlinger, at brugerne kan arbejde med dem på forskellige måder.

Personalisering er en udviklingstendens, der kan identificeres adskillige steder på nettet. Personalisering skal ikke kun ses som afsenderens målretning af indhold, men også som brugernes mulighed for selv at vælge og sammensætte indhold. Biblioteker understøtter eksempelvis personalisering ved at lave anbefalinger på baggrund af brugernes tidligere lån og gennem tilbud om forskellige rss-feeds inden for genrer, forfatternavn, hobbyer, etc.

Vidensmedier i sociale netværk

Sociale netværk er måske den mest interessante kommunikationsform på internettet, og sociale netværk har et unikt potentiale til at understøtte deling og spredning af materialer på nye måder. Potentialet ligger ikke mindst i at bringe biblioteket ud over bibliotekets egne rammer.

Det er centralt for sociale netværk, at de tager udgangspunkt i det enkelte individ. Sociale netværk består af personlige profiler, der kobles i netværk. Det betyder, at man skaber sit personlige netværk ud fra sine egne relationer. Modsat traditionelle online diskussionsfora består sociale netværk ikke hovedsageligt af tovejskommunikation. I stedet er kommunikationen i sociale netværk karakteriseret ved synlighed. I netværk følger man med i og får indblik i, hvad éns "venner" foretager sig, hvilke artikler de læser, hvilke videoer de ser, etc.

FORSKNINGSPROJEKT OM VIDENSMEDIER PÅ AARHUS UNIVERSIET

Center for It og Læring, Aarhus Universitet, gennemførte 2008 - 2009 et forskningsprojekt om *Vidensmedier*. Forskningsprojektet undersøgte nye muligheder for anvendelsen af medier til vidensdeling, vidensformidling og videnskonstruktion. Forskningsprojektets mål var at udforske relationer mellem viden og medier gennem begrebet vidensmedier. Formålet med udviklingen af begrebet om vidensmedier var at bidrage til en ny måde at tænke i og forstå medier i relation til videnssamfundet. Som afslutning på forskningsprojektet redigerede centret nedenstående antologi, der kan downloades:

Bang, Jørgen & Dalsgaard, Christian (2010). Læring i videnssamfundet - om vidensformidling, videnskonstruktion og vidensdeling, *Særnummer af Læring og Medier (LOM)*, nr. 5.

http://www.forskningsnettet.dk/lom_0710

YouTube er nok det bedste eksempel på udnyttelse af sociale netværk til deling af materialer. YouTube anvender to strategier. For det første er YouTube i sig selv et socialt netværk. Man uploader altid videoer via en personlig profil, og brugere kan koble sig på hinanden i netværk ved at følge hinanden profiler, hvor man kan se hinandens uploadede videoer og favoritvideoer. YouTube har med andre ord skabt et socialt netværk omkring deres indhold. Den anden strategi er at muliggøre videoernes integration i eksterne tjenester. Det betyder, at videoerne kan indlejres i hjemmesider, på weblogs og i Facebook-profiler, hvor de bliver spredt i nye sammenhænge. I stedet for en traditionel organisering ud fra kategorier, organiseres materialerne i tilknytning til personer og i sociale sammenhænge.

Ud fra optikken om vidensmedier er denne organisering af materialer interessant, da udnyttelsen af brugernes sociale relationer højner den enkelte brugers muligheder for at finde materialer af relevans. Fordelen er, at materialerne ved at indgå i forskellige sammenhænge tildeles forskellige betydninger for brugerne. Sociale netværk er dermed også en form for personalisering, da brugerne opbygger egne netværk af deres

”Hvis man som bibliotek vil udnytte sociale netværk, er det ikke et spørgsmål om at oprette biblioteket på Facebook. I stedet vil strategien være at få individer til at dele og sprede bibliotekets materialer i egne netværk”

personlige relationer. Brugeren får med andre ord en personlig indgang til materialer. Ved at forstå den sammenhæng, hvori materialet indgår, har brugeren en større forståelse for materialets relevans. I det brugerne kender afsenderne, giver det en anden forståelse af materialerne, end når de er placeret i et bibliotek.

Hvis man som bibliotek vil udnytte sociale netværk, er det ikke et spørgsmål om at oprette biblioteket på Facebook. I stedet vil strategien være at få individer til at dele og sprede bibliotekets materialer i egne netværk. Som biblioteket har man på den måde muligheden for at give materialerne et ”liv” uden for biblioteket. Det er et liv, hvor materialerne præsenteres af brugere og repræsenteres i forskellige sociale netværk.

Biblioteker kunne muliggøre indlejring af information i eksterne tjenester ved eksempelvis at tilbyde tjenester, der kan indlejre brugerens foretrukne forfattere, bøger, genrer, etc., eller biblioteker kunne tilbyde en ”Jeg læser i øjeblikket”-tjeneste for på den måde at synliggøre materialer i tilknytning til personlige profiler i Facebook, på weblogs eller lignende.

Afslutning

Internettet har unikke egenskaber til at organisere materialer på nye måder med brugeren eller ”modtageren” som omdrejningspunkt. Hvis internettets særlige egenskaber til vidensdeling og vidensformidling skal udnyttes af biblioteker, er det nødvendigt, at man i nogen grad er villig til at opgive kontrollen over materialerne. Udnyttelse af sociale netværk indebærer at overlade det til brugerne at præsentere materialer inden for deres kontekst og dermed give materialerne et liv uden for bibliotekerne.

Læs mere:

Bang, Jørgen (2007). Biografreklamer som kulturarv. *Dansk Reklamefilm*.
http://www.reklamefilm.statsbiblioteket.dk/biografreklamer_og_kultur_JB.pdf

Dalsgaard, Christian (2010). Internettet som personaliseret og socialt medie, *Sænummer af Læring og Medier (LOM)*, nr. 5. http://www.forskningsnettet.dk/lom_0710

Dam Christensen, Hans, Høyrup, Helene, & Nielsen, Hans Jørn (red.) (2011). *Nye vidensmedier i kultur, læring og kommunikation*. Samfundslitteratur. (Udkommer i juni)



CHRISTIAN DALSGAARD

Post.doc ved Institut for Informations- og Medievidenskab ved Aarhus Universitet. Han forsker i, hvordan it og digitale medier kan medvirke til at understøtte individers læring og institutioners og organisationers kommunikation, læring og vidensformidling. Han har fokus på de kommunikationsformer, der er unikke for internettet, samt den kultur og de brugsscenerier, der udspiller sig på nettet, og undersøger med det udgangspunkt internettets potentialer for at understøtte læring og vidensformidling.
