

Organiserade producenter av unga nätkulturer: Aktörer, praktiker, ambitioner

Sedan ett femtontal år tillbaka debatteras ofta de digitala mediernas betydelse. Begreppet digitala medier är inte synonymt med internet, men internetapplikationer har kommit att utgöra debattens kärna. Allra flest röster har diskussionen samlat när det gäller de unga. De tillskrivs gärna rollen som förtrupp in i den digitala eran, bland annat i Unga nätkulturers utlysning:

Hos barn och ungdomar är [internet]användandet så brett och mångfacetterat att det bäst låter sig beskrivas som en hel kultur – eller snarare kulturer [...] Dagens [...] ungdomar är helt och hållet uppväxta i en digitaliserad värld. [...] Med självklar hemtamtighet rör de sig i dessa världar. Vuxenvärlden tillgodogör sig sakta men säkert den nya teknikens möjligheter, men när det gäller förståelsen för den kultur [...] som utvecklas i ungdomars communities och chatrum är vi en bit efter.

Utdraget uppmuntrar till två reflektioner. För *det första* att detta projekt skriver under på den förståelse av begreppet *unga nätkulturer* som dominerar utlysningen; de är livsformerⁱ som kan kopplas till internet, vilka tenderar att omfatta fler yngre än äldre. För *det andra* att den bild av dessa, som växer fram i utlysningen, pekar ut många av deras viktiga inslag (inte minst användaraktiviteten) men tenderar att sätta en viktig dimension på undantag – de *organiserade producenterna* bakom kulturerna. För de platser på nätet där unga människor rör sig och känner sig hemmastadda tillhandahålls uteslutande av organiserade producenter, vilka arbetar strategiskt med att erbjuda platser på nätet för unga människor att använda och införliva i nätkulturerna.ⁱⁱ Att uppmärksamma och analysera deras nätnärvaro är centralt för vår förståelse för de unga nätkulturernas möjligheter och begränsningar och – i förlängningen – deras vidare betydelser för samhället.

Projektets syfte, forskningsfrågor och övergripande design

Den delvis blinda fläcken runt de *organiserade producenterna* känns igen från besläktade begrepp, som internetkulturⁱⁱⁱ och deltagarkultur^{iv} – begrepp som har kommit att utöva stort inflytande inom forskningen om internet och som särskilt uppmuntrat studier av användarna som ”oorganiserade producenter”. Detta projekt *syftar* till att börja fylla i de tomma fälten runt de organiserade producenterna genom att med etnografiskt inspirerade metoder^v studera och lära av deras arbete runt och i de unga nätkulturer: *Med vilka strategier arbetar de? Hur ser deras bilder av användarna ut? Hur ser de på och utformar sina kontaktytor mot unga nätkulturer? Och hur går de mer konkret tillväga för att involvera och engagera användarna?*

I projektet studerar och samarbetar forskarna med ett strategiskt urval av fem organiserade producentorganisationer, som står bakom lika många webbplatser, varav vilka fyra är medsökande (= M.): a) www.moderskeppet.se (M.), b) www.ungilund.se (M.), c) www.stallet.se (ej M.), d) www.svt.se (M.) och e) www.smp.se (M.). Producenturvalet täcker in ett flertal samhällssfärer: privat näringsliv (a, c), politik (b), public service-företag (d) och ett kommersiellt medieföretag (e).

Projektet har ambitionerna att: 1) ge *forskningen* och *samhället* kunskaper om de unga nätkulturernas organiserade producenter – om olika aktörer, deras praktiker och ambitioner; 2) skapa möjligheter för *kunskapsutbyte* mellan de olika typerna av medsökande producenter av ung nätkultur; 3) via kunskapsspridning ge insikter i den organiserade internetproduktionens betydelse för unga nätkulturer till aktörer utanför skaran av medsökande.

Teoretisk utgångspunkt: Social Shaping of Technologies blir the Circuit of Culture

Projektet hämtar sin teoretiska utgångspunkt från idéer och begrepp som brukar sammanfattas under rubriken *Social Shaping of Technologies*.^{vi} På medieområdet samlar perspektivet en bred reper-toar av studier,^{vii} men vad som förenar de olika närmandena är ett intresse för att tränga bakom tekniken och analysera hur sociala processer formar medier.^{viii}

Projektets viktigaste referensram inom detta fält utgör de kulturstudieinspirerade idéer som började utvecklas under 1990-talet. Med inspiration från Stuart Halls kommunikationsmodell^{ix} uppdaterade och anpassade ett antal forskare^x kulturstudiernas intresse för medietexter till att också inkludera medietekniker. Detta arbete har förtjänstfullt sammanfattats i en modell – *the circuit of culture* – som detta projekt tar som analytisk utgångspunkt.

Modellen betonar att kulturella artefakter, som internet, ska förstås med hänsyn tagen till åtminstone fem olika dimensioner: *användning, identitet, representation, reglering* och – inte minst – *pro-*

duktion. Modellen påpekar betydelsen av att beakta alla dessa dimensioner i syfte att förstå kulturella fenomen, t.ex. unga nätkulturer. Detta projekt kommer att utgå från de organiserade producenterna och ställa dem i fokus, men såväl analytiskt som (i vissa delstudier) empiriskt förstå dem i relation till övriga dimensioner i modellen – inte minst användarnas tolkningar och praktiker. Valet att sätta just producenterna i fokus informeras av forskningens summariska kunskaper om dessa (jfr. ovan).

Projektets relation och bidrag till den internationella forskningen

Till dags dato har forskningen således inte varit särskilt aktiv när det gäller att uppmärksamma organiserad internetproduktion. Den skymtar förbi ibland,^{xi} men är understuderad. Trots avsaknaden av kunskaper kan projektet hämta inspiration *från* och bidra *till* två kunskapsfält: 1) den samhällsvetenskapliga forskningen om internet, 2) studier av traditionell medieproduktion.

(1) Huvudfåran inom de internationella, samhällsvetenskapliga studierna av internet har under 15 år genomgått en utveckling i tre faser.^{xii} Under den första fasen bestod forskningen i hög grad av teoretiserande av det nya mediets potentiella konsekvenser för samhället, kulturen, etc.^{xiii} Den andra fasen, som tog sin början runt millennieskiftet, rymde en rörelse från teoretiserande till empiriska studier, vilka ofta inriktades på att studera användarna.^{xiv} Den tredje fasen utmärks av mer komplexa närmanden, som betonar betydelsen av kontextualisering av mediet, att nätets betydelse måste förstås mot bakgrund av de sammanhang i vilka det tas i anspråk av olika aktörer.^{xv} Detta projekt kommer att luta sig mot dessa befintliga kunskaper; det utgår från den bild av internet som etablerats under forskningens tredje fas och vill lämna ett bidrag till den internationella forskningen i form av utökad förståelse för de organiserade producenternas roll.

(2) Inom medie- och kommunikationsvetenskapen är studierna av producenterna – eller snarast organisationerna och professionerna bakom innehållet i medierna – legio. De har handlat om allt från till exempel den kultur som strukturerar arbetet på nyhetsredaktioner^{xvi} till de ideologier som informerar journalisternas arbete.^{xvii} Via de här studierna har forskningen skaffat sig goda kunskaper om hur medieinnehåll formas. När det kommer till organiserad internetpublicering finns inte motsvarande kunskap. Litteraturen på området stannar vid ett par bokvolym, vilka i första hand är inriktade på att studera hur enbart traditionella medieorganisationer arbetar med internetapplikationer.^{xviii} Från detta fält hämtar projektet perspektiv på producenterna och idéer om hur data kan samlas in och analyseras. Projektet ger också nya kunskaper *till* fältet i form av insikter om produktionen av (nät)innehåll hos olika typer av producenter. Det bidrar också med kunskaper om de speciella förutsättningar som råder för innehållsproduktion på nätet, där ju de unga nätkulturens användare i viss mån också fungerar som skapande medproducenter.

Metodologi, genomförande och de medsökandes bidrag

Projektet har strävat efter spridning i urvalet av producenter. Urvalet är strategiskt och syftar till att dels ge de medsökande producenterna möjligheter att lära av varandra, dels skapa intressanta skillnader och likheter mellan producenterna inför forskarnas analysarbete.

De fem producenterna kommer att studeras i lika många delstudier. Genomförandet av dessa kommer till viss del att variera, bl.a. beroende på deras olika sätt organisera arbetet. Delstudierna utgår dock från gemensamma, etnografiska premisser ifråga om allt från materialinsamling till analysarbete.^{xix}

De medsökande producenterna finns i delstudie 1, 2, 4, och 5 och *utlovar* i samtliga fall att: a) ge forskarna tillgång till empiriskt material; b) avsätta arbetstid för medarbetares medverkan; och c) delta i och bidra till kunskapsutbyten inom projektet.^{xx}

Delstudierna kommer att pågå under ett år, eller mer exakt 12 arbetsmånaders på halvtid under ett år och avrapporteras *öppet* och *kontinuerligt* under projektiden. Härutöver avsätts också tid för 1) syntetiserande arbete, där delstudierna vävs samman, och 2) för kunskapspridning inom och utom gruppen av medsökande.^{xxi}

Delstudie 1: Produktionen av www.moderskeppet.se (forskare: Anders Svensson, FD, HLK i Jönköping)

Moderskeppet.se startades 2003. Syftet var att skapa information på svenska om bildbehandlingsprogrammet *Photoshop*. Webbplatsen har skapat vad som närmast kan ses som en fankultur med 80 000 besökare varje månad. Samtidigt är den ett innovativt exempel på digitalt lärande i det att den har utvecklats från en webbplats till ett utbildningsföretag. Den har dessutom givit upphov till Sveriges mest sökta fristående högskolekurs.

Moderskeppet.se studeras med olika metoder. Dess historia ska rekonstrueras genom dokumentstudier, nätarkeologi och intervjuer. Parallellt med detta kommer webbplatsens innehåll att analyseras, främst ifråga om retorik – webbplatsen är närmast att betrakta som banbrytande ifråga om internetmarknadsföring. Företaget bakom webbplatsen, Pixondu AB, är medsökande. Delar av studien genomförs i samarbete med Jönköpings Tekniska Högskola.

Delstudie 2 – Produktionen av Ung i Lund (forskare: Fredrik Miegel, FD, Lunds universitet)

Ungilund.se riktar sig till unga i Lund med samhälls- och kulturinformation och vill stimulera engagemang i kommunpolitiken. Sajten är partipolitiskt obunden och finansieras av Lunds kommun, men drivs självständigt av ungdomar. Merparten av arbetet sker ideellt.

Sajten startades som resultat av ett möte mellan unga, kommunpolitiker och tjänstemän år 2002. Mötets syfte var att förbättra ungdomsinflytandet i Lund och det utmynnade i etablerandet av Lunds ungdomsting (LU) och hemsidan ungilund.se. De unga ansvarar själva för verksamheten, som har varit framgångsrik i att engagera ungdomar i lokalpolitiken.

Ungilund.se och LU skall studeras med hjälp av 1) intervjuer med centrala aktörer, 2) observationer vid Ungdomstingets stormöten, och 3) diskursanalys av webbplatsen.

Ung i Lund är medsökande och beroende på webbplatsens speciella, oberoende organisationsform är det Ung i Lunds projektledare som är medsökande, inte Lunds kommun.

Delstudie 3: Produktionen av www.stallet.se (forskare: Anna Lund, FD, Växjö universitet) Stallet.se är en populär, virtuell värld för djurintresserade unga. Webbplatsen lanserades 2002 och ägs sedan 2007 av Egmont. Framgången bygger på att de unga användarna själva skapar innehållet, med stallbyggen, hästuppfödning, djurtävlingar m.m. Stallet.se organiserar och producerar således kollektiva referensramar för unga samtidigt som den också är kommersiell.

Stallet.se kommer att studeras genom intervjuer med producenterna bakom webbplatsen, innehållsanalyser av Stallets reklam, deltagande observation på webbplatsen via spelande, analyser av chattandet samt analyser av sekundärmaterial (ex. diskussioner om Stallet på andra webbplatser). Egmont har tillfrågats men avböjt att vara medsökande part i projektet.

Delstudie 4: Produktionen av www.svt.se (forskare: Ingegerd Rydin, Prof. Växjö universitet/Högskolan i Halmstad & Ulrika Sjöberg, FD, Högskolan i Halmstad). Sveriges Television (SVT) har under senare år utvecklat sin webbaserade service genom att utöka de interaktiva inslagen med till exempel möjligheter till nedladdning av program samt utrymmen för chattande. Delstudien syftar till att studera såväl produktionen av SVT:s web – t.ex. sajten ”Bobster”, vilken riktar sig till tonåringar – som hur SVT arbetar för att nå ut till de unga. Härutöver är vi också intresserade av hur SVT:s webbaserade aktiviteter upplevs av de unga användarna själva.

Studien ska genomföras genom analyser av a) produktionen av internetapplikationer, b) medietexterna (diskursanalys) samt c) användningen av dem. Detta ska ske genom intervjuer och samtal med berörda i produktionsprocessen, genom analyser av webbplatser och genom intervjuer med och – i viss mån – observationer av användarna. Delstudien ska också försöka arrangera möten mellan producenter och användare. SVT är medsökande och personal i Stockholm, Växjö och Malmö skall involveras i projektet.

Delstudie 5 – Produktionen av www.smp.se (forskare: Dino Viscovi, FD, Växjö universitet) Smålandsposten (Smp) (1866) är en tämligen typisk svensk landsortstidning. I drygt 100 år har den dominerat marknaden i Växjö. I digitalt hänseende har Smp varit nydanande. Redan 1984 infördes

datoriserad textöverföring mellan redaktionerna. 1997 kom den första webbtidningen, som förnyades grundligt 2001 – och har därefter fortgående utvecklats.

Trots innovationsviljan, innebär den nya tekniken utmaningar. Människor är inte längre lika viliga att betala för nyheter – i synnerhet inte unga – vilka därtill allt oftare väljer bort traditionell nyhetsjournalistik. Att nå de unga läsarna är centralt för företagets framtid, liksom för demokratiens. Medvetenheten om detta är stor på Smp, som på olika sätt vill bryta trenden, med förnyad teknik och journalistik. Hur arbetar man och tänker om detta? Och vad anser den unga publiken – vad är angelägna nyheter för den? Arbetet kommer främst att genomföras genom deltagande observationer och intervjuer med såväl producenter som användare. Smp är medsökande.

Projektets arbetsplan

Tabellen visar de delar av projektet som finansieras av KKS. Härutöver tillkommer medel från Växjö universitet (VxU), Högskolan i Halmstad (HH), HLK i Jönköping (HLKJ) (se budget), vilka ska användas till att anrika studierna till publicerbara forskningspublikationer (gäller HH, HLKJ, VxU) samt projektledning (gäller VxU).

Projektets arbetsplan beskriven i form av ett antal arbetspaket (AP). Tabellen visar de delar av projektet som finansieras av KKS.

AP nr.	Innehåll	Personmånader i forskargruppen	Arbetsmånader /personer	Pågår månad	Avrapp. månad	Återköp. t. medsökande
1	Samordning 1)	4	3 (TO), 1 (övriga)	1-48	48	
2	Kunskapsdelning 2) forskare och medsökande	2	1 (TO), 1 (övriga)	1-48	6, 12, 18, 24, 30, 36, 42, 48	Sker löpande med seminarier i anslutning till delstudiernas färdigställande samt andra träffar
3	Delstudie 1	6	6(AS)	1-12	11	Månad 12
4	Delstudie 2	6	6(FM)	7-18	17	Månad 18
5	Delstudie 3	6	6 (AL)	13-24	23	Månad 24
6	Halvtidsseminarium 3)	1	1 (AS, AL, DV, FM, IR/US, TO)	24	24	Medverkar som medarrangörer
7	Delstudie 4	6	6 (IR/US)	19-30	29	Månad 30
8	Delstudie 5	6	6 (DV)	25-36	35	Månad 36
9	Delstudie 6: Syntes 4)	7	2 (TO) 5 (övriga)	1-48	47	Månad 48
10	Avslutningskonferens 5)	1	1 (AS, AL, DV, FM, IR/US, TO)	48	48	Medverkar som medarrangörer
11	Spridning av kunskap (konf., hemsida etc) 6)	3	2 (TO) 1 (övriga)	1-48	48	Löpande
Total		48 månader	48 månader			

Anders Svensson (AS), Anna Lund (AL), Dino Viscovi (DV), Fredrik Miegel (FM), Ingegerd Rydin (IR), Tobias Olsson (TO) (projektledare), Ulrika Sjöberg (US)

1) AP1 avser projektledarskap och samordnade möten inom gruppen av forskare.

2) AP2 avser forskargruppens insatser inför, under och efter möten där forskarna och samtliga medsökande samlas för att diskutera delstudierna.

3) AP6 är ett öppet halvtidsseminarium, där projektets forskare och de medsökande bjuder in intressenter till seminarium. Seminariet ska informera om projektet samt generera återkoppling från olika intressenter inför projektets senare hälft.

4) AP9 avser arbetet med den slutrapportering som syntetiserar kunskaperna från delprojekten i en gemensam bok. Arbetet sker löpande under hela projektiden, men mer intensivt efter avslutandet av delstudie 5 (AP8).

5) AP 10 är en öppen slutkonferens, där projektets forskare och medsökande bjuder in till konferens runt resultaten.

6) AP11 avser inomakademisk spridning av projektets kunskaper samt arbetet med en projektwebbplats för en bredare publik.

Övergripande plan för akademisk publicering

Delstudierna (enl. ovan) avslutas med arbetsrapporter, vilka gör forskningsprocessen *öppen* och *tappbar*. Rapporterna anrikas sedan till akademiska, främst internationella publikationer. Projektet avslutas med en gemensam, syntetiserande bok på svenska eller engelska.

Forskargruppen

Gruppen har sitt ursprung i ett samarbete mellan VxU, HH och HLKJ inom medie- och kommunikationsvetenskap. Gruppen har mångårig erfarenhet av forskning om nya medier och unga människor och/eller ungdomskultur, vilken har presenterats i både internationella och nationella publikationer. Forskargruppen har också omfattande erfarenhet av samverkan.

- ⁱWilliams, R. (1958) *Culture and Society 1780-1950*. London: Chatto & Windus; Ehn, B. & Löfgren, O. (1982) *Kulturanalys*. Stockholm: Liber Förlag; Miegel, F. & Johansson, T. (2002) *Kultursociologi*. Lund: Studentlitteratur.
- ⁱⁱBakardjieva, M. (2005) *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. Thousand Oaks: Sage; Olsson, T. (2008a) 'For Activists, For Potential Voters, For Consumers: Three Modes of Producing the Civic Web', *Journal of Youth Studies*. Kommande; Carpentier, N. (2009) 'The reception of the "producers"' films on a participatory website: Ordinary young people and the politics of banality', i Olsson, T & Dahlgren, P. red. *Young People, the Internet and Democracy*. Göteborg: Nordicom. Kommande.
- ⁱⁱⁱPorter, D. (1997) *Internet Culture*. New York: Routledge.
- ^{iv}Léwy, P. (1997) *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge, Mass.: Perseus Books; Jenkins, H. (2008) *Konvergenskulturen: Där gamla och nya medier kolliderar*. Övers. Per Sjödén. Göteborg: Daidalos.
- ^vRydin, I. & Sjöberg, U. red. (2008) *Mediated Crossroads: Identity, Youth Culture and Ethnicity. Theoretical and Methodological Challenges*. Göteborg: Nordicom; Lund, A. (2008) *Mellan scen och salong: En kultursociologisk analys av ungdomsteater*. Avhandling. Lund: Arkiv; Olsson, T. (2008b) *Medievardagen: En introduktion till kvalitativa studier*. Malmö: Gleerups.
- ^{vi}T.ex. MacKenzie, D. & Wajcman, J. red. (1999/1985) *The Social Shaping of Technology*. Andra upplagan. Buckingham: Oспен University Press; Lie, M. & Sørensen, K. red. (1996) *Making Technology Our Own: Domesticating Technology Into Everyday Life*. Oslo: Scandinavian University Press; Gitelman, L. (2006) *Always Already New: Media, History and the Data of Culture*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- ^{vii}T.ex. Winston, B. (1998) *Media, Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet*. London: Routledge; Miller, D. & Slater, D. (2000) *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford och New York: Berg; Olsson, T. (2002) *Mycket väsen om ingenting: Hur datorn and Internet undgår att formas till medborgarens tekniker*. Avhandling. Uppsala: Uppsala Studies in Media and Communication.
- ^{viii}Williams, R. (1974) *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana/Collins; Sussman, G. (1997) *Communication, Technology and Politics in the Information Age*. Thousand Oaks: Sage.
- ^{ix}Hall, S. (1980) 'Encoding/decoding', i Hall, S. m.fl. red. *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
- ^xWoolgar, S. (1996) 'Technologies as cultural artefacts', i Dutton, W. red. *Information and Communication Technologies: Visions and Realities*. New York: Oxford University Press; Mackay, H. (1997) 'Consuming communication technologies at home', i Mackay, H. red. *Consumption and Everyday Life*. London: Sage i samarbete med The Open University; Slevin, J. (2000) *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press.
- ^{xi}Meikle, G. (2002) *Future Active: Media Activism and the Internet*. London: Routledge; Latham, R. & Sassen, S. red. (2005) *Digital Formations: IT and New Architectures in the Global Realm*. Princeton: Princeton University Press; Rydin, I. & Sjöberg, U. red. (2008) *Mediated Crossroads: Identity, Youth Culture and Ethnicity. Theoretical and Methodological Challenges*. Göteborg: Nordicom; Olsson, T. (2008a) 'For Activists, For Potential Voters, For Consumers: Three Modes of Producing the Civic Web', *Journal of Youth Studies*. Kommande; Carpentier, N. (2009) 'The reception of the "producers"' films on a participatory website: Ordinary young people and the politics of banality', i Olsson, T & Dahlgren, P. red. *Young People, the Internet and Democracy*. Göteborg: Nordicom. Kommande.
- ^{xii}Olsson, T. (2007) 'A tripartite analysis of a civic website: Understanding reklamsabotage.org', in Carpentier, N. m.fl. red. *Media Technologies and Democracy in an Enlarged Europe*. Tartu: University of Tartu Press.
- ^{xiii}Poster, M. (1995) *The Second Media Age*. Cambridge: Polity Press; Castells, M. (1996/1999) *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 1: The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers; Holmes, D. (1997) 'Introduction: Virtual politics – identity and community in cyberspace', i Holmes, D. red. *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace*. Thousand Oaks: Sage.
- ^{xiv}T.ex. Sjöberg, U. (2002) *Screen rites: A Study of Swedish Young People's Use and Meaning making of Screen-based Media in Everyday life*. Avhandling. Lund: Lund Studies in Media and Communication; Loader, B. (2007) *Young Citizens in the Digital Age: Political Engagement, Young People, and New Media*. London: Routledge.
- ^{xv}T.ex. Svensson, A. (2007) *Från norra ståplats till cyberspace. En beskrivning av en diskussion på internet om ishockey utifrån ett offentlighetsperspektiv*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- ^{xvi}T.ex. Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press; Löfgren-Nilsson, M. (1999) *På bladet, kuriren och allehanda*. Avhandling. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- ^{xvii}T.ex. Eriksson, G. (2002) *Den televiserade politiken: Studier av debatt och nyhetsjournalistik*. Avhandling. Örebro: Örebro Studies in Media and Communication; Carpentier, N. (2005) 'Identity, Contingency and Rigidity: The (counter-) Hegemonic Constructions of the Identity of the Media Professional', *Journalism* 6(2): 199-219.
- ^{xviii}T.ex. Karlsson, M. (2006) *Nätjournalistik: En explorativ fallstudie av digitala mediernas karaktärsdrag på fyra svenska nyhets sajter*. Avhandling. Lund: Lund Studies in Media and Communication; Paterson, C. & Domingo, D. (2008) *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. New York: Peter Lang.
- ^{xix}T.ex. Jensen, K. B. & Jankowski, N.W. red. (1991) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge; Hammersley, M. & Atkinson, P. (1995) *Ethnography: Principles in Practice*. Andra Upplagan. London och New York: Routledge.
- ^{xx}Jfr. arbetsplanen.
- ^{xxi}Jfr. arbetsplanen.