

- Ackermann, E. (u.å.). Growing up in the digital age: Areas of Change. *Technologies, Sociedade E Conhecimento*, 2013(Vol 1), 119–132.
- Allan, S. (2002). *Media, risk and science*. Buckingham: Open University Press.
- Allingham, Peter. (2008). *Mediepsykologi*. Frederiksberg: Frydenlund.
- Alrø, H. (1995). I forlanger for lidt af jer selv. *Nomad*, 3(2), 7–27.
- Alrø, H., Dirckinck-Holmfeld, L., Aalborg Universitet, & Institut for Kommunikation. (1997). Video mellem samtale og observation. I *Videoobservation* (s. 73–100). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag : Institut for Kommunikation : Distribution Aalborg Universitetsforlag.
- Alrø, H., & Kristiansen, M. (1988). *Kan du se, hvad jeg sagde?: mennesker ansigt til ansigt*. Roskilde: Holistic.
- Alrø, H., M. Kristiansen, Rom, G, & Nielsen, M. (2006). Et dialogisk perspektiv på kommunikation og hjælpersamtaler. I *Kommunikation i sundhedsvæsenet* (s. 201–254). København: Munksgaard.
- Amiel, T., & Reeves, T. C. (u.å.). Design Based Research and Educational Technology: Rethinking Technology and the Research Agenda. I *Educational Technology & Society* (Bd. 2008, s. 29–40).
- Andersen, H. (2002). Jürgen Habermas. I *Fra klassisk til moderne samfundsteori* (s. 364–382). Hans Reitzel.
- Andersen, Torben. (1982). Modalpartikler og deres funktion i dansk. *Danske Studier*, 1982, 86–95.
- Ankersborg, V., & Watt, M. (2007). Problemformuleringer – en nødvendig logisk umulighed. I *Tænk selv!: videnskabsteori og undersøgelsesdesign i samfundsvidenskab* (s. 1–18). København: Politiske Studier.
- Aristoteles, & Henningsen, N. (2011). *Poetikken*. Frederiksberg: Det lille Forlag.
- Atkinson, M. (1992). *Our masters' voices: the language and body language of politics* (Reprint). London: Routledge.
- Austin, J. L. (1997). *Ord der virker*. Kbh.: Gyldendal.

- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501–517. <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>
- Banai, M., & Tulimieri, P. (2013). Knowledge, skills and personality of the effective business consultant. *Journal of Management Development*, 32(8), 886–900. <https://doi.org/10.1108/JMD-05-2011-0061>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barthes, R. (2004). Billedets retorik. I *Visuel Kommunikation 1*. Medusa : [sælges på internettet].
- Baumbach, T., & Koch, T. (2013). God presseskik - ansvar eller staffage? *Juristen*, 95(5), 203–208.
- Baumgartner, E., & Bell, P. (2002). What will we do with design principles? Design principles and principled design practice (s. 20 sider.). Præsenteret ved Annual Meeting of the American Educational Research Association, New Orleans, LA, USA.
- Beck, U. (1997). *Risikosamfundet: på vej mod en ny modernitet*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Becker Jensen, L. (1994). *Ud af elfenbenstårnet: fortællerteknik for fagfolk der vil skrive en god historie* (2. udg). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Beer, D., & Burrows, R. (2007). Sociology And, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations. *Sociological Research Online*, 12(5). <https://doi.org/10.5153/sro.1560>
- Beetham, H., & Sharpe, R. (Red.). (2007). An approach to learning activity design. I *Rethinking pedagogy for a digital age: designing and delivering e-learning* (s. 26–40). London ; New York: Routledge.
- Bennett, J. M., & Bennett, M. J. (2003). Developing intercultural sensitivity. I *Handbook of Intercultural Training* (s. 147–165).

- Benoit, W. L. (2004). Image Restoration Discourse and Crisis Communication. I *Responding to Crisis. A Rhetorical Approach to Crisis Communication* (s. 263–280). New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Berg, Per Oluf. (2001). Fra image til aura. I *Æstetisk kommunikation* (s. 71–83). København: Handelshøjskolens Forlag.
- Berg, R. (2000). *Den "gode" politiker: Et studie af politiske ledelsesværdier i kommunerne*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, New York: Anchor Books.
- Bishop, C. (2004). Antagonism and Relational Aesthetics. *October*, 110, 51–79.
<https://doi.org/10.1162/0162287042379810>
- Bitsch Olsen, P., & Pedersen, K. (2003). *Problemorienteret projektarbejde: en værktøjsbog*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Bitzer, Lloyd. (1997). Den retoriske situation. *Rhetorica Scandinavica*, (3), 9–17.
- Black, E. (1999). "The Second Persona"/"Den andre persona". *Rhetorica Scandinavica*, (9), 4–16.
- Bohme, G. (1993). Atmosphere as the Fundamental Concept of a New Aesthetics. *Thesis Eleven*, 36(1), 113–126. <https://doi.org/10.1177/072551369303600107>
- Boleman, L. G., & Deal, T. E. (2003). *Reframing organizations. Artistry, Choice and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bondebjerg, I. (2008). Autentisk kreativitet: En ny genreteori for dokumentarismen. I *Virkelighedens fortællinger: den danske tv-dokumentarismens historie* (1. udg, s. 109–126). Frederiksberg: Forl. Samfundslitteratur.
- Booth, W. C., & Gregory, M. W. (1991). *The Harper & Row rhetoric: writing as thinking, thinking as writing* (2nd ed). New York: HarperCollins Publishers.

- Bordwell, D. (1995). Den klassiske Hollywoodfilm. Fortælle-mæssige principper og procedure. *Tryllelygten*, 2(2), 57–76.
- Bordwell, D., Staiger, J., & Thompson, K. (Red.). (1985). *The classical Hollywood cinema: film style & mode of production to 1960*. New York, NY: Columbia Univ. Press.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *Film art: an introduction* (10th ed). New York, N.Y: McGraw-Hill.
- Bourdieu, P. (1986). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (2007). Struktur, habitus, praksisser. I *Den praktiske sans* (s. 91–109). Kbh: Hans Reitzels Forlag.
- Bourriaud, N., Kunstakademiet, & Skolen for Mur & Rum. (2005a). Den relationelle form. I *Relationel æstetik* (s. 10–24). Kbh.; [Albertslund: Det Kongelige Danske Kunstakademi ; [eksp. Schultz.
- Bourriaud, N., Kunstakademiet, & Skolen for Mur & Rum. (2005b). *Relationel æstetik*. Kbh.; [Albertslund: Det Kongelige Danske Kunstakademi ; [eksp. Schultz.
- Boxall, P., & Purcell, J. (2016). *Strategy & human resource management*. London: Palgrave Macmillan.
- Boyd, danah m., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brandt, E. (u.å.). Elektroniske hverdagsfortællinger og vitaliserede læringsmiljøer. I *Digital Pædagogik* (Bd. 2015, s. 105–121). Systime.
- Brandt, L., Brandt, P. A., Aarhus Universitet, & Center for Kulturforskning. (2005). *Making sense of a blend: a cognitive-semiotic approach to metaphor*. [Center for Kulturforskning, Aarhus Universitet].
- Breum, T. (1993). Fortælling & Forførelse. I *Den gode fortæller* (s. 32–68). Kbh.: Frydenlund.

- Brinkmann, S. (2006). Dewey og pragmatismen. I *John Dewey: en introduktion* (s. 30–43). København: Hans Reitzel.
- Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (2010). Toward an Epistemology of the Hand. *Studies in Philosophy and Education*, 29(3), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s11217-009-9164-0>
- Brorholm, L. (2000). *På vej mod vor tid. 1: Teori, opgaver, periodekarakteristikk*. København: Gyldendal Uddannelse.
- Brown, S. (2010). The Doodle Revolution. The Miseducation of the doodle. *A LIST APART*, (11), 1–6.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed). Oxford ; New York: Oxford University Press.
- Brænder, B. (u.å.). Linselus - læring foran og bag ved kameraet. *Liv i skolen*, 2011(3), 3 sider.
- Brønstad, & Øksnes et al, M. (2015). Leketøjets lekeverdi. I *På spor efter lek. Lek under moderne vilkår* (s. 217–232). Fagbokforlaget.
- Budtz Pedersen, D. & Stjernfelt, F., et al. (2016). Humanistiske forskningsstile. I *Kortlægning af dansk humanistisk forskning* (s. 75–96). København: Hans Reitzels Forlag.
- Buhl, C., & Eiberg, K. (2008). Branding og brandingstrategier. I *Integreret markeds kommunikation* (s. 41–55). København: Samfundslitteratur.
- Buhl, M. (2016). Theory-generating practice. Proposing a design principle for learning. *Læring og Medier (LOM)*, 9(15), 1–21.
- Buhl, M., & Ejsing-Duun, S. (2015). Blended learning promoting new developments for Nordic master programs in visual studies and art education (s. 100–107). Præsenteret ved ECEL 2015, University of Hertfordshire, College Lane, Hatfield, Hertfordshire AL10 9AB, UK: Academic Conferences Limited.
- Buhl, M., & Flensborg, I. (2011). *Visuel kulturpædagogik*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Burgh, H. de (Red.). (2005). The US model of journalism: exception or exemplar. I *Making journalists: diverse models, global issues* (s. 94–126). London ; New York: Routledge.

- Burnes, B., & Cooke, B. (2012). Review Article: The past, present and future of organization development: Taking the long view. *Human Relations*, 65(11), 1395–1429.
<https://doi.org/10.1177/0018726712450058>
- Burr, V. (1995). *An introduction to social constructionism*. London ; New York: Routledge.
- Buxton, B. (2007). *Sketching user experiences: getting the design right and the right design* (Nachdr.). Amsterdam: Morgan Kaufmann.
- Bødker, M., & Christensen, M. S. (2007). Nettets genkomst? *DF Revy*, (5), 6–8.
- Børsen, T. (2009). Max Horkheimer. I *50 samfundstænkere* (s. 351–364). Kbh.: Gyldendal.
- Campbell, D., & Groenbaek, M. (2006). *Taking positions in the organization*. London: Karnac.
- Carl, W. J., & Duck, S. (2004). How to do things with relationships...and how relationships do things with us. *Communication Yearbook*, 28, 1–35.
- Carolyn, Miller. (2001). Genre som sosial handling. *Rhetorica Scandinavica*, (18), 19–35.
- Castells, M. (2003). *Internet galaksen: refleksjoner over Internettet, erhvervslivet og samfundet*. Århus: Systime.
- Castells, M. (2013). *Communication power* (2nd edition). Oxford: Oxford University Press.
- Cherry, R. D. (1998a). Ethos Versus Persona: Self-Representation in Written Discourse. *Written Communication*, 5, 251–273.
- Cherry, R. D. (1998b). Ethos Versus Persona: Self-Representation in Written Discourse. *Written Communication*, 15(3), 384–410. <https://doi.org/10.1177/0741088398015003009>
- Chouliaraki, Lilie. (2013). *The Ironic Spectator*. Polity.
- Christian Kock, Jørgensen, C., & Villadsen, L. (2009). Topik. I *Retorik: teori og praksis* (s. 115–128). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Clutterbuck, D. (2005). Communication and the psychological contract. *Journal of Communication Management*, 9(4), 359–364. <https://doi.org/10.1108/13632540510621597>

- Coombs, W. T. (2012). *Ongoing crisis communication: planning, managing, and responding* (Third edition). Thousand Oaks, California: SAGE.
- Cox, J. R. (2013). *Environmental communication and the public sphere* (3rd ed). Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication theory*, 9(2), 119–161.
- Crowley, D. J., & Mitchell, D. (Red.). (1994). *Communication theory today*. Cambridge: Polity Press.
- Cuno, J. (2005). Telling Stories: Rhetoric and Leadership, a Case Study. *Leadership*, 1(2), 205–213.
<https://doi.org/10.1177/1742715005051859>
- Curran, J. (Red.). (2010). Four approach of the Sociology in News. I *Media and society* (5. ed, s. 164–183). London: Hodder Education.
- Curwood, J. S., Magnifico, A. M., & Lammers, J. C. (2013). Writing in the Wild: Writers' Motivation in Fan-Based Affinity Spaces. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 56(8), 677–685.
<https://doi.org/10.1002/JAAL.192>
- Dahl, H. (1996). Nogle erfaringer med at operationalisere Bourdieu. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 12(24), 12 sider. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v12i24.1056>
- Dahl, H. (2005). *Hvis din nabo var en bil*. Kbh.: Akademisk Forlag.
- Dale, E. L. (1998). *Pædagogik og professionalitet*. Århus: Klim.
- Dalgaard, L. G., Johannsen, L. V., Kristiansen, M., & Bloch-Poulsen, J. (2014). Difference as a potential vehicle of organizational development? - Co-researching-on-action. I *Participation and power in participatory research and action reserch* (s. 199–228). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Dalsgaard, C. (2014). Pragmatism and design thinking. *International Journal of Design.*, 20 sider.
- Davies, B., & Harré, R. (1990). Positioning: The Discursive Production of Selves. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 20(1), 43–63. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5914.1990.tb00174.x>

- De Lauretis, T. (1987). *Technologies of gender: essays on theory, film, and fiction*. Bloomington: Indiana University Press.
- Dewey, J. (1934). *Art as Experience*. New York: Perigee Books.
- DiSalvo, C. (2009). Design and the Construction of Publics. *Design Issues*, 25(1), 48–63.
<https://doi.org/10.1162/desi.2009.25.1.48>
- Drewery, W. (2005). Why We Should Watch What We Say: Position Calls, Everyday Speech and the Production of Relational Subjectivity. *Theory & Psychology*, 15(3), 305–324.
<https://doi.org/10.1177/0959354305053217>
- Dunne, A., & Raby, F. (2013). *Speculative everything: design, fiction, and social dreaming*. Cambridge, Massachusetts ; London: The MIT Press.
- Dyer, G. (1988). *Advertising as communication*. London ; New York: Routledge.
- Elbow, P. (1998). *Writing with power: techniques for mastering the writing process* (2nd ed). New York: Oxford University Press.
- Eliasson, O. (2014). The Future is Curved: The Future is Curved. *Architectural Design*, 84(5), 86–93.
<https://doi.org/10.1002/ad.1813>
- Elling, B. (2004). Kritisk teori. I *Videnskabsteori på tværs af fagkulturer i samfundsvidenskaberne* (s. 207–232).
- Emondson, A. C. (2011). Strategies of learning from failure. *Harvard Business Review*, 89(4), 48–55.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Esbensen, M. C. (2007). *Public Affairs. Lobbyisme is praksis*. København: Informations forlag.
- Esmark, A., Laustsen, C. B., & Åkerstrøm Andersen, N. (2009). Socialkonstruktivistiske analysestrategier, - en introduktion. I *Socialkonstruktivistiske analysestrategier*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.

- Essed, P. (2002). Everyday Racism: A New Approach to the Study of Racism. I *Race Critical Theories* (s. 176–194). Malden, MA & Oxford: Blackwell.
- Fabian, L., Samson, K., Christensen, D. R., & Blenker, P. (Red.). (2015). DIY Urban Design: Between ludic tactics and strategic planning. I *Enterprising Initiatives in the Experience Economy* (s. 38–59). London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Falk, J. (2013). Understanding Museum Visitor' Motivation and Learning. I *Museums social learning spaces and knowledge processes* (s. 106–133). Kulturstyrelsen.
- Falk, J. H. (2008). Viewing Art Museum Visitors Through the Lens of Identity. *Visual Arts Research*, 34(2), 25–34.
- Fanon, F. (1956). Algeria Unveiled. I *The New Left reader*. (s. 161–185). New York: Grove Press.
- Femø Nielsen, M., & Beck Nielsen, S. (2011). *Samtaleanalyse* (1. udg., 3. opl). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Fogg, B. J. (2003). *Persuasive technology: using computers to change what we think and do*. Amsterdam: Morgan Kaufmann Publishers. Hentet fra <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=764008.763957>
- Fogh Kirkeby, O. (1997). Fænomenologien (s. 42–78). Århus: Handelshøjskolens Forlag.
- Foster, C., Punjaisri, K., & Cheng, R. (2010). Exploring the relationship between corporate, internal and employer branding. *Journal of Product & Brand Management*, 19(6), 401–409. <https://doi.org/10.1108/10610421011085712>
- Foucault, M. (1982a). Technologies of the self. I *Ethics – Subjectivity and truth*. (s. 223–251). London & New York: Penguin.
- Foucault, M. (1982b). The Subject and Power. *Critical Inquiry*, 8(4), 777–795.
- Frandsen, F., & Johansen, W. (2007). *Krisekommunikation: når virksomhedens image og omdømme er truet*. Kbh.: Samfundslitteratur.

Frankel og Højbjerg. (2010). Public Affairs. I *Håndbog i strategisk public relations* (s. 243–276).

København: Samfundslitteratur.

Frederiksen, S. M. (2009). *Få det fortalt - Sådan skriver du gode pressemeddelelser*. København:

Gyldendal Business.

Freeman, E., Rubin, J., & Moriarty, B. (2010). Et stakeholderperspektiv på corporate communication, værdiskabelse og tillid. I *Håndbog i strategisk public relations* (s. 67–86). København:

Samfundslitteratur.

Freire, P. (2005). De undertryktes pædagogik. I *Tekster om voksenlæring* (s. 51–57). Roskilde: Roskilde

Universitetsforlag.

Gadamer, H.-G. (2008). Forståelsens historicitet som det hermeneutiske princip. I *Hermeneutik. En antologi om forståelse* (s. 125–147). København: Gyldendal.

Gee, J. P. (2005). Semiotic social spaces and affinity spaces: from The Age of Mythology to today's schools. I D. Barton & K. Tusting (Red.), *Beyond Communities of Practice* (s. 214–232).

Cambridge: Cambridge University Press. Hentet fra

<http://ebooks.cambridge.org/ref/id/CBO9780511610554A018>

Giddens, A. (1991). *Modernitet og selvidentitet: selvet og samfundet under sen-moderniteten*. Kbh.:

Hans Reitzel.

Giddens, A., & Schultz Jørgensen, S. (1994). *Modernitetens konsekvenser*. København: Reitzels.

Gillmor, D. (2004). Introduction. I *We the media: grassroots journalism by the people, for the people*

(1st ed, s. 9–18). Beijing ; Sebastopol, CA: O'Reilly.

Glasser, T. L. (Red.). (1999). the neighbourhood work. The improbabilities of publicjournalism. I *The idea of public journalism* (s. 152–172). New York: Guilford Press.

Goffman, E. (1992). *Vore rollespil i hverdagen*. København: Reitzel.

- Goffman, E., Goffman, Erving, Hviid Jacobsen, M., & Kristiansen, S. (2004). Om ansigtsarbejde. I *Social samhandling og mikrosociologi: en tekstsamling* (s. 39–75). Kbh.: Hans Reitzel.
- Goldkuhl, G. (2012). Pragmatism vs interpretivism in qualitative information systems research. *European Journal of Information Systems*, 21(2), 135–146. <https://doi.org/10.1057/ejis.2011.54>
- Goldschmidt, G. (2003). The Backtalk of Self-Generated Sketches. *Design Issues*, 19(1), 72–88. <https://doi.org/10.1162/074793603762667728>
- Grand, S., & Wiedmer, M. (2010). Design Fiction: A Method Toolbox for Design Research in a Complex World (s. 1–16). Præsenteret ved Proceedings of the Design Research Society Conference.
- Gregersen, F. (2014). Strukturalisme. I *Humanistisk Videnskabsteori* (3., s. 105–124). København: Lindhardt og Ringhof.
- Greiner, L., Motamedi, K., & Jamieson, D. (2011). New consultant roles and processes in a 24/7 world. *Organizational Dynamics*, 40(3), 165–173. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2011.04.003>
- Gripsrud, J. (2010). *Mediekultur, mediesamfund*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Grøn, R., & Balling, G. (2010). Litteraturformidling og bibliotekaren som faglig-personlig formidlingsautoritet. *Nordisk Tidsskrift for Informationsvidenskab og kulturformidling*, 1(3), 51–61.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1998). Competing paradigms in qualitative research. I *The landscape of qualitative research* (s. 95–120). SAGE Publications.
- Gulati, R. (2007). Silo Busting. How to Execute on the Promise of Customer Focus. *Harvard Business Review*, May, 1–9.
- Guldager, J. (2004). Introduktionen. I *Hermeneutik. En antologi om forståelse* (s. 9–46). København: Gyldendal.
- Gullestad, M. (2002). Invisible Fences: Egalitarianism, Nationalism and Racism. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 8(1), 45–63. <https://doi.org/10.1111/1467-9655.00098>

- Gynther, K. (2010). *Design Based Research introduktion* (s. 11 sider). UCSJ: Education LAB.
- Habermas, J. (1994). Forord til nyudgivelsen af Strukturwandel der Öffentlichkeit. *MedieKultur*, 22, 53–64.
- Habermas, J. (1996). *Teorien om den kommunikative handling*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Habermas, J. (2009). *Borgerlig offentlighed: offentlighedens strukturændring : undersøgelser af en kategori i det borgerlige samfund*. Kbh.: Informations forlag.
- Habermas, Jürgen. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 16(4), 411–426.
- Hall, Edward. (1976). Contexts high and low. I *Beyond Culture* (s. 105–116). Anchor Books.
- Hall, S. (Red.). (1980). Encoding/decoding. I *Culture, media, language: working papers in cultural studies, 1972 - 79* (Transf. to digit. print). London: Routledge [u.a.].
- Halskov Jensen, E., & Anneberg Olesen, J. (2003). Retorik– når teksten vil noget. I *Tekstens univers: en introduktion til tekstvidenskab* (s. 57–95). Århus: Klim.
- Halualani, R. T., Mendoza, S. L., & Drzewiecka, J. A. (2009). “Critical” Junctures in Intercultural Communication Studies: A Review. *Review of Communication*, 9(1), 17–35.
<https://doi.org/10.1080/15358590802169504>
- Hamlin, B., & Stewart, J. (2011). What is HRD? A definitional review and synthesis of the HRD domain. *Journal of European Industrial Training*, 35(3), 199–220.
<https://doi.org/10.1108/03090591111120377>
- Hanghøj, T. (2012). Spilscenarier i undervisningen – præsentation af en didaktisk model. I *Læring og medier* (Bd. 5, s. 1–22).
- Hansen, J. O. K., & Jørgensen, H. B. (2011). *Strategisk kommunikation for praktikere - I andres brød 2.0*. Forlaget Ajour : [sælges på internettet].

- Hansen, M. T. (2009). When internal collaboration is bad for your company. *Harvard Business Review*, April, 125–136.
- Hansson, S. O. (2005). Implant ethics. *Journal of Medical Ethics*, 31(9), 519–525.
<https://doi.org/10.1136/jme.2004.009803>
- Harcup, T. (2001). What is News? *Journalism Studies*, 2(2), 261–280.
- Harms Larsen, P. (2003a). *De levende billeders dramaturgi. Bd. 1*. Søborg: DR.
- Harms Larsen, P. (2003b). *Faktion*. [Søborg]: DR.
- Hart, R. P., & Daughton, S. (2005). Role Criticism. I *Modern Rhetorical Criticism* (3. udg., s. 211–231). Pearson Education, Inc.
- Hastrup, K. (2011). Kultur som orden. I *Kultur: det fleksible fællesskab* (s. 35–53). Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2001). Are the Strategic Starts Aligned for Your Corporate Brand? *Harvard Business Review*, 79(2), 128–134.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2009). Hvem er du? I *Brug dit brand: udtryk organisationens identitet igennem corporate branding* (s. 69–92). København: Gyldendal Business.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2010). Toward a theory of brand co-creation with implications for brand governance. *Journal of Brand Management*, 17(8), 590–604. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.14>
- Hegelund, S. (2012). *Akademisk argumentation: skriv overbevisende opgaver på de videregående uddannelser*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Henriksen, T. D. (2017). Intern kommunikation som rammesætning af organisatoriske processer. *Erhvervspsykologisk Tidsskrift*, 15(3).
- Henriksen, T. D., & Harpelund, C. (2011). Når dine medarbejdere længere end til kurset? Medarbejderudvikling i spændet mellem kvalifikations- og kompetenceudvikling. *Erhvervspsykologisk Tidsskrift*, 9(4).

- Hestbæk Andersen, T., & Smedegaard, F. (2012). *Diamanten - en model til kommunikationsplanlægning*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hiim, H., & Hippe, E. (2007). *Læring gennem oplevelse, forståelse og handling: en studiebog i didaktik*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Hinrichsen, J., & Coombs, A. (2014). The five resources of critical digital literacy: a framework for curriculum integration. I *Research in Learning Technology* (Bd. 21). 16 sider. Hentet fra http://www.researchinlearningtechnology.net/index.php/rlt/article/view/21334/pdf_1
- Hjarvard, S. (2002). Ian Hutchby: Conversation and Technology. From the Telephone to the Internet. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 18(34), 116—118.
- Hjarvard, S. (2008). *En verden af medier: medialiseringen af politik, sprog, religion og leg* (1. udg). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2001). Kulturniveauer. I *Kulturer og organisationer: overlevelse i en grænseoverskridende verden*. Kbh.: Handelshøjskolens Forlag.
- Holt Larsen, H. (2010). *Human resource management: Licence to work : Arbejdslivets tryllestøv eller håndjern?*. Holte: Forlaget Valmuen.
- Honneth, A. (2003). Mellem Aristoteles og Kant. En skitse til anerkendelsens moral. I *Behovet for anerkendelse* (s. 16 sider.). Kbh.: Hans Reitzel.
- Houlberg Rung, M. (2014). Negotiating Experiences. Visiting Statens Museum for Kunst (Doctoral dissertation, Kulturministeriet/Ministry of Culture Denmark, Statens Museum for Kunst/SMK National Gallery of Denmark) (s. 284). University of Leicester: University of Leicester. Hentet fra <http://hdl.handle.net/2381/28913>
- Hvid, M. (2009). *Skriv!: gode tekster er lette at skrive*. Århus: Update : Ajour.

- Højlund, M., & Kinck, S. (2012). Designing dynamic atmospheres - Highlighting temporality as design concern within interaction design (s. 229–234). Præsenteret ved International Congress on Ambiances, Montreal, Canada: International Ambiances Network.
- Innis, H. A., & Heyer, P. (1991). *The Bias of communication* (Reprinted). Toronto: Univ. of Toronto Press.
- Iversen, S. (2013). *Litteratur: introduktion til teori og analyse* (2. udg., 1. opl). Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.
- Jacobsen, B., & Collin, F. (2008). Kritisk rationalisme og paradigmer. I *Humanistisk videnskabsteori* (s. 97–120). DR Multimedie.
- Jacobsen, D. I., & Thorsvik, J. (2007a). *Hvordan organisationer fungerer. Indføring i organisation og ledelse*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Jacobsen, D. I., & Thorsvik, J. (2007b). *Hvordan organisationer fungerer. Indføring i organisation og ledelse*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Jacobsen, D. I., & Thorsvik, J. (2011). *Hvordan organisationer fungerer: indføring i organisation og ledelse*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Jacobsen, M., & Søndergaard, M. (2009). *MAP / Media Art Platform – digital kortlægning af en kunstsamling med et medievant publikum som omdrejningspunkt* (Rapport til Kulturarvsstyrelsen) (s. 9 sider.).
- Jaffee, D. (2001). *Organization theory: tension and change* (1. udg.). Boston: McGraw Hill.
- Jakobson, Roman. (1979). Metasprog som lingvistisk problem. I *Elementer, funktioner og strukturer i sproget: udvalgte artikler om sprogvidenskab og semiotik* (s. 135–143). København: Nyt nordisk forlag.

- Jantzen, C. (2006). Becoming a “woman to the backbone”: Lingerie consumption and the experience of feminine identity. *Journal of Consumer Culture*, 6(2), 177–202.
<https://doi.org/10.1177/1469540506064743>
- Jantzen, C., Østergaard, P., Arendt Rasmussen, T., Aalborg Universitet, Center for Oplevelsesøkonomi, K. I. og T., & Center for Anvendt Oplevelsesøkonomi. (2007). NYD DET! NYD DET! Den moderne hedonisme og densmentalitetshistoriske forudsætninger. I *Oplevelsesøkonomi: vinkler på forbrug* (s. 83–113). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Jenkins, H. (2006). Interactive Audiences? The Collective Intelligence of Media Fans. I *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture* (s. 134–151). New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). Introduction. I *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture* (s. 1–48). New York: New York University Press.
- Jensen, I. (1998). *Interkulturel kommunikation i komplekse samfund*. Roskilde Universitetsforlag, Frederiksberg.
- Jensen, I. (2011). Postkulturel kommunikation – fordi kultur ikke altid er vigtigst. I *Forståelsens gylne øyeblikk* (s. 47–62). Trondheim: Tapir akademisk forlag.
- Jensen, K. B., & Rosengren, K. E. (1990). Five Traditions in Search of the Audience. *European Journal of Communication*, 5(2), 207–238. <https://doi.org/10.1177/0267323190005002005>
- Jessen, C. (2008). Læringsspil og leg. I *Digitale medier og didaktisk design: brug, erfaringer og forskning* (s. 46–63). Århus: Danmarks Pædagogiske Universitetsforlag.
- Johansen, J. D., & Larsen, S. E. (1994). Handling – interaktion bliver til fortælling. I *Tegn i brug*. Aalborg: Amanda.
- Johansen, S. L. (2014). iPad som legetøj. I *Børns liv og leg med medier* (s. 73–90). Frederikshavn: Dafolo.

- Johnson, M., & Lakoff, G. (2002). Begreber vi lever efter. I *Hverdagens metaforer* (s. 13–31). Kbh.: Hans Reitzel.
- Jordan, B., & Henderson, A. (1995). Interaction Analysis: Foundations and Practice. *The Journal of the Learning Sciences*, 4(1), 39–103.
- Just, Sine Nørholm et. al. (2007). Integreret kommunikation. I *Organisation og omverden*. København: Samfundslitteratur.
- Jørgensen, C., & Onsberg, M. (2008). *Praktisk argumentation*. Kbh.: Nyt Teknisk Forlag.
- Jørgensen, M. W., & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse: som teori og metode* (1. udg). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforl.
- Jørgensen, O. (2007). *Det handler om ytringsfrihed: mediejoura* (2. udg., 1. opl). Århus: Ajour.
- Jørgensen, O. (2013). Medieanvar. I *Ytringsfriheden til forhandling: ytringsfrihedens betingelser og udfordringer i det 21. århundrede* (s. Kapitel 6). Kbh.: Hans Reitzels Forlag.
- Kane, J., & Patapan, H. (2010). The Artless Art: Leadership and the Limits of Democratic Rhetoric. *Australian Journal of Political Science*, 45(3), 371–389.
<https://doi.org/10.1080/10361146.2010.499162>
- Katz, E. (1957). The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21(1, Anniversary Issue Devoted to Twenty Years of Public Opinion Research), 61. <https://doi.org/10.1086/266687>
- Katz, P. B., & Poulsen, H. (1997). *Fokus: en grundbog i film, tv, video*. København: Gyldendal Undervisning.
- Kaufmann, G., & Kaufmann, A. (2008). *Psykologi i organisation og ledelse*. Kbh.: Akademisk Forlag.
- Kember, S., & Zylinska, J. (2012). *Life after new media: mediation as a vital process*. Cambridge, Mass: MIT Press.

- Kent, M. L., Carr, B. J., Husted, R. A., & Pop, R. A. (2011). Learning web analytics: A tool for strategic communication. *Public Relations Review*, 37(5), 536–543.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.09.011>
- Kihlström, E. (2007). *Karismakoden: udstråling kan læres*. Helsingør: Retorikforlaget.
- Klein, N. (2001). *No logo: mærkerne, magten, modstanden*. Aarhus: Klim.
- Klujeff, M. L., & Roer, H. (2006). Billeders retorik. I *Retorikkens aktualitet: grundbog i retorisk analyse* (s. 161-196). Kbh.: Hans Reitzel.
- Knox, S., & Bickerton, D. (2003). The six conventions of corporate branding. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 998–1016. <https://doi.org/10.1108/03090560310477636>
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (s. 22 sider). Hentet fra <http://academic.regis.edu/ed205/kolb.pdf>
- Koskinen, I. K. (Red.). (2011a). *Design research through practice: from the lab, field, and showroom*. Waltham, MA: Morgan Kaufmann/Elsevier.
- Koskinen, I. K. (Red.). (2011b). *Design research through practice: from the lab, field, and showroom*. Waltham, MA: Morgan Kaufmann/Elsevier.
- Koskinen, I. K. (Red.). (2011c). *Design research through practice: from the lab, field, and showroom*. Waltham, MA: Morgan Kaufmann/Elsevier.
- Krippendorff, K. (2011). Principles of Design and a Trajectory of Artificiality. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 411–418. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00814.x>
- Krippendorff, K., & Butter, R. (2007). Semantics: Meanings and Contexts of Artifacts. Hentet fra http://repository.upenn.edu/asc_papers/91
- Kristensen, J., & Christensen, J. R. (2009). *Medietid* (1.udg, 1. opl). København: Dansk lærerforening.
- Kristensen, J. E., & Schmidt, L. H. (2008). Temaer og tendenser i Humaniora. I *Humanistisk videnskabsteori* (s. 97–120). DR Multimedie.

- Kristensen, J., & Riber Christensen, J. (2003). *Reklametid*. [Kbh.]: Dansk lærerforeningen.
- Kruuse, H. N. (1991). *Etik i journalistik* (1. udg., 1. opl). Århus: Forl. Ajour.
- Kryger Aggerholm, H., Esmann Andersen, S., & Thomsen, C. (2011). Conceptualising employer branding in sustainable organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(2), 105–123. <https://doi.org/10.1108/13563281111141642>
- Kuhn, T. (1969). Efterskrift - 1969. I *Det videnskabelige perspektiv* (s. 141–183). København: Akademisk Forlag.
- Kuniavsky, M., Goodman, E., & Moed, A. (2012). *Observing the user experience: a practitioner's guide to user research* (2nd ed). Amsterdam ; Boston: Morgan Kaufmann.
- Kvetny, P. (1999). Medierne som strategisk interessentgruppe. I *Modtageren som medproducent - nye tendenser i virksomhedskommunikation* (s. 348–372). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Kyndrup, M., & Eriksson, B. (2012). *Æstetisering: forbindelser og forskelle : festskrift til Morten Kyndrup*. Århus: Klim.
- LaBelle, B. (2006). *Background noise: perspectives on sound art*. New York: Continuum International.
- Lair, D. J. (2005). Marketization and the Recasting of the Professional Self: The Rhetoric and Ethics of Personal Branding. *Management Communication Quarterly*, 18(3), 307–343. <https://doi.org/10.1177/0893318904270744>
- Larsen, G. (2013). Udsigelse. I *Medie- og kommunikationsleksikon*.
- Larsen, H. H., Nielsen, J., & Helmersen, T. (1995). *Medarbejdersamtaler. Et strategisk udviklingsværktøj* (2. ed). København: Teknisk Forlag.
- Lazar, J., Feng, J. H., & Hochheiser, H. (2010). *Research methods in human-computer interaction*. Chichester, West Sussex, U.K: Wiley.
- Leiss, W., & Powell, D. (2004). *Mad Cows and Mother's Milk. The Perils of Poor Communication* (2nd edition). McGill-Queen's University Press.

- Leonardi, P. M., Nardi, B. A., & Kallinikos, J. (Red.). (2012). *Materiality and organizing: social interaction in a technological world* (1st ed). Oxford: Oxford University Press.
- Lindstrøm, M. (2008). *Brand sense: branding for alle sanser: føle, smage, lugte, se og høre*. Kbh.: Børsen.
- Lund, B. B., & Esbensen, M. C. (2009). *Det politiske superbrand*. København: Børsen.
- Lund, J. M. (2005). *Følelsesfabrikken: oplevelsesøkonomi på dansk*. Kbh.: Børsen.
- Madsen, P., & Svendsen, E. (2005). *Medier* (1. udg., 1.opl). København: Gyldendal.
- Makar, A. B., McMartin, K. E., Palese, M., & Tephly, T. R. (1975). Formate assay in body fluids: application in methanol poisoning. *Biochemical Medicine*, 13(2), 117–126.
- Markussen, T. (Red.). (2009). On Embodied Telepistemology, T-Shirts, and the New Museum Space. I *Re_action: the digital archive experience: renegotiating the competences of the archive and the (art) museum in the 21st century* (s. 70–76). Denmark: Aalborg University Press.
- Markussen, T., & Knutz, E. (2013). The poetics of design fiction. I *Proceedings of the 6th International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces* (s. 231–240). Newcastle: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/2513506.2513531>
- Mayes, T., & de Freitas, S. (Red.). (2007). Learning and e-learning. The role of theory. I *Rethinking pedagogy for a digital age: designing and delivering e-learning* (s. 13–25). London ; New York: Routledge.
- McAdam, R., Leitch, C., & Harrison, R. (1998). The links between organisational learning and total quality: a critical review. *Journal of European Industrial Training*, 22(2), 47–56. <https://doi.org/10.1108/03090599810204299>
- McCarthy, J., & Ciolfi, L. (2008). Place as Dialogue: Understanding and Supporting the Museum Experience. *International Journal of Heritage Studies*, 14(3), 247–267. <https://doi.org/10.1080/13527250801953736>

- McIntosh, P. (1988). *White privilege: Unpacking the Invisible Knapsack*.
- McLuhan, M. (1967). *Mennesket og medierne*. København: Gyldendal.
- McMillin, D. (2007). *International Media Studies*. Malden: Blackwell.
- Meilby, M. (1996). *Journalistikkens grundtrin: fra ide til artikel*. Århus: Forl. Ajour.
- Merleau-Ponty, M. (1969). Hvad er fænomenologi? I *Tegn* (s. 23–43). Kbh: Rhodos.
- Messaris, P. (1997). *Visual persuasion: the role of images in advertising*. Thousand Oaks ; London ; New Delhi: Sage Publications.
- Meyerson, D., & Martin, J. (1987). Cultural Change: An integration of three different views. *Journal of Management Studies*, 24(6), 623–647.
- Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior* (1. issued as an Oxford Univ. Press paperback). New York, NY.: Oxford Univ. Press.
- Meyrowitz, J. (2005). The Rise of Glocality. I *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication* (s. 10 sider.). Passagen.
- Mik-Meyer, N. (2009). Sundhedsstoffet: risiko, ansvar og skyld. I *Hvor kommer nyhederne fra: Den Journalistiske fødekæde i Danmark før og nu* (s. 11 sider). København: Ajour.
- Miller, V. (2011). *Understanding digital culture*. Los Angeles: SAGE.
- Misfeldt, M. (2010). “Forestillet læringsvej” i IT-baserede pædagogiske udviklingsprojekter. *Dansk Pædagogisk Tidsskrift*, 58(4), 42–52.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). TOWARD A THEORY OF STAKEHOLDER IDENTIFICATION AND SALIENCE: DEFINING THE PRINCIPLE OF WHO AND WHAT REALLY COUNTS. *Academy of Management Review*, 22(4), 853–886.
<https://doi.org/10.5465/AMR.1997.9711022105>
- Mitchell, W. J. T. (2010). *What do pictures want? The lives and loves of images* (Nachdr.). Chicago, Ill.: Univ. of Chicago Press.

- Moeran, B. (2009). From Participant Observation to Observant Participation. I S. Ybema, D. Yanow, H. Wels, & F. Kamsteeg, *Organizational Ethnography: Studying the Complexities of Everyday Life* (s. 139–155). 1 Oliver's Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP United Kingdom: SAGE Publications Ltd. Hentet fra <http://sk.sagepub.com/books/organizational-ethnography/n8.xml>
- Mollerup, P. (2008). *Brandbook: branding, følelser, fornuft*. Børsen : [sælges på internettet].
- Mona Toft Madsen & Jakob Lauring. (2008). Den psykologiske kontrakt - nøglen til succesfuld employer branding? *Ledelse og Erhvervsøkonomi*, 72(4), 9–18.
- Morgan, M. G. (Red.). (2002). *Risk communication: a mental models approach*. Cambridge ; New York: Cambridge University Press.
- Mortensen, N. (2004). *Det paradoksale samfund: undersøgelser af forholdet mellem individ og samfund*. København: Reitzel.
- Negt, O. (2005). Sociologisk fantasi og eksemplarisk indlæring. I *Tekster om voksenlæring* (s. 41–49). Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Network of Corporate Academies, EFMD & Society for Human Resource Management. (2016). *Leadership Development. The Path to Greater Effectiveness*. Copenhagen: Network of Corporate Academies.
- Nielsen, K. (2004). Aktionsforskningens videnskabsteori. I *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne: på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg., s. 517–544). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Nielsen, P. (2010). Grønt hår og anderledes fænomener. I *Dansk Ledelse i særklasse - en antologi om HR der virker* (s. 53–64). Århus: Forlaget Ankerhus og Personalechefer i Danmark.
- Nielsen, R. K. (2008). Employer branding 2.0: Indadvendt employer branding?! Hentet 22. april 2017, fra <https://www.jobindex.dk/cms/85>

- Nielsen, R. K. (2009). Eksotiske Danmark – landet langt fra den gyldne middelvej. Hentet 22. april 2017, fra <https://www.jobindex.dk/cms/34>
- Nielsen, R. K. (2010). Rekruttering - den psykologiske kontrakt i støbeskeen. Hentet 22. april 2017, fra <https://www.jobindex.dk/cms/leadingcapacityartikel1.shtml>
- Nørgaard, M. (2011). *Using extreme sketching in creative business modelling*. Cumulus.
- Olesen, B. R. (2011). Aktionsforskning - om at skabe meningsfuld viden og forandring sammen. I *Fra metateori til kommunikation*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Palsbro, Lene. (2003). Genre – sig tekstens navn. I *Tekstens univers: en introduktion til tekstvidenskab* (s. 97–135). Århus: Klim.
- Pedersen, K. Y., & Søndergard, K. (Red.). (2009). Art as Social Site - Participation as Medium. I *Re_action: the digital archive experience: renegotiating the competences of the archive and the (art) museum in the 21st century* (s. 147–159). Denmark: Aalborg University Press.
- Peirce, C. S. (1998). Semiotik. Inddeling af tegn. I *Semiotik og pragmatik* (s. 93–104). København K: Samlerens Bogklub.
- Peppler, K. (2010). Media arts: Arts education for a digital age. *Teachers College Record*, 112(8), 2118–2153.
- Pidgeon, N. F., Kasperson, R. E., & Slovic, P. (Red.). (2003). *The social amplification of risk*. Cambridge ; New York: Cambridge University Press.
- Potter, W. J. (2011). Conceptualizing Mass Media Effect. *Journal of Communication*, 61(5), 896–915. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01586.x>
- Poulsen, J. (1996). Informationskampagner. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 12(24). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v12i24.1057>
- Qvortrup, L. (2000). *Det hyperkomplekse samfund: 14 fortællinger om informationssamfundet*. Kbh.: Gyldendal.

- Rasborg, K. (2004). Socialkonstruktivismen i klassisk og moderne sociologi. I *Videnskabsteori på tværs af fagkulturer i samfundsvidenskaberne* (s. 349–389).
- Read, S., Wright, C., Gundersen, L. B., & Mathiasen, J. K. (2006). *Formel logik*. Århus: Aarhus Universitetsforlag. Hentet fra <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=1050751>
- Rogers, Carl. (1962). The Interpersonal Relationship: The Core of Guidance. *Harvard Educational Review*, 34(4), 416–429.
- Rogers, Y., Sharp, H., & Preece, J. (2007). Interaction design: beyond human-computer interaction. I *netWorker: The Craft of Network Computing* (s. Kapitel 14. (30 s.)). Chichester, West Sussex, U.K.: Wiley.
- Rorty, R. (1992). A Pragmatist View of Rationality and Cultural Difference (s. 581–596). Præsenteret ved Mt. Abu Regional East-West Philosophers' Conference, "Culture and Rationality".
- Rose, G., & Christiansen, H. C. (2011). *Analyse af billedemedier: en introduktion*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Saffer, D. (2010). *Designing for interaction: creating innovative applications and devices* (2nd ed). Berkeley, CA: New Riders.
- Saussure, F. de. (1970). Lingvistikens objekt. I *Strukturalisme*. København: Rhodos.
- Schmidt, L. H. (1991). Indledning. I *Det videnskabelige perspektiv* (s. 9–65). Akademisk Forlag: København.
- Schmidt, L.-H. (1988). *Viljen til orden*. Aarhus: Modtryk.
- Schmoltdt, A., Benthe, H. F., & Haberland, G. (1975). Digitoxin metabolism by rat liver microsomes. *Biochemical Pharmacology*, 24(17), 1639–1641.
- Schwarzbart, J., & Samson, K. (2014). Deltagelsens kunst? *K&K-Kultur og Klasse*, 43(118), 51–68.

- Schön, D. (1978). Generative Metaphor: A Perspective on Problem Setting in Social Policy. I *Metaphor and thought* (s. 137–163). Cambridge [England] ; New York, NY, USA: Cambridge University Press.
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: how professionals think in action*. New York: Basic Books.
- Sepstrup, P., & Fruensgaard, P. (2010a). Model for kommunikationsprocessen. I *Tilrettelæggelse af information: kommunikations- og kampagneplanlægning* (s. 145–150, 152–158, 160–162, 164–167, 173–180). København: Academica.
- Sepstrup, P., & Fruensgaard, P. (2010b). *Tilrettelæggelse af information: kommunikations- og kampagneplanlægning*. København: Academica.
- Sfard, A. (1998). On Two Metaphors for Learning and the Dangers of Choosing Just One. *Educational Researcher*, 27(2), 4–13. <https://doi.org/10.3102/0013189X027002004>
- Shaw, P. (2002). *Changing conversations in organizations: a complexity approach to change*. London ; New York: Routledge.
- Sheikh, S. (2009). Positively White Cube revisited. *E-Flux*, 3, 1–6.
- Sibbet, D. (2008). Visual Intelligence: Using the Deep Patterns of Visual Language to Build Cognitive Skills. *Theory Into Practice*, 47(2), 118–127. <https://doi.org/10.1080/00405840801992306>
- Simon, N. (2010). *The participatory museum*. Santa Cruz, California: Museum 2.0.
- Skov, Martin, & Jensen, T. W. (2007). Følelser og æstetik. I *Følelser og kognition*. København: Museum Tusulanums Forlag.
- Skovbjerg A. & Jørgensen O. (2006). Presseetisk Kontrol. *Journalistica*, (1), 43–60.
- Stahl, G., Koschmann, T., & Suthers, D. (2006). Computer-supported collaborative learning: An historical perspective. I *Cambridge handbook of the learning sciences* (s. 409–426). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

- Sternheim, J. (2016). I have to change to stay the same. *New Library World*, 117(1/2), 1–11.
- Stjernfelt, F., & Thyssen, O. (2000). *Æstetisk kommunikation*. København: Handelshøjskolens Forlag.
- Strøier, V. (2012). *Konsulentens grønspættebog: systemisk og eksistentiel tilgang til konsulentarbejde*. Kbh.: Dansk Psykologisk Forlag.
- Sullivan, D. L. (1993). The Ethos of the Epideictic Encounter. *Philosophy & Rhetoric*, 26(2), 113–133.
- Tanggaard Pedersen, L., & Brinkmann, S. (2010). *Kvalitative metoder: en grundbog*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Taylor, J. R., & Van Every, E. J. (2011). *The situated organization: case studies in the pragmatics of communication research*. New York: Routledge.
- Taylor-Gooby, P., & Zinn, J. O. (2006). Current Directions in Risk Research: New Developments in Psychology and Sociology. *Risk Analysis*, 26(2), 397–411.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2009). *Nudge: improving decisions about health, wealth and happiness* (New internat. ed). London: Penguin.
- Thompson, J. B. (2001). *Medierne og moderniteten: en samfundsteori om medierne*. Kbh.: Hans Reitzel.
- Thyssen, O. (2005a). *Æstetisk erfaring: tradition, teori, aktualitet*. & 1; Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Thyssen, O. (2005b). *Æstetisk erfaring: tradition, teori, aktualitet*. & 1; Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Togebj, O. (2009). *Steder i bevidsthedens landskab grene på ideernes træ: om at finde stof til belysning af en sag*. Århus: Aarhus Universitetsforlag. Hentet fra <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=1050782>
- Truffaut, F. (1983). *Hitchcock*. New York: Simon & Schuster.
- Ulrich, D., & Smallwood, N. (2007). Building a leadershipbrand. *Harvard Business Review*, 85(7/8), 92–100.

- Ulrich, D., & Smallwood, W. N. (2007). *Leadership brand: developing customer-focused leaders to drive performance and build lasting value*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Vatz, Richard. (2000). Myten om den retoriske situation. *Rhetorica Scandinavica*, (15), 7–13.
- Vygotsky, L. (1978). Interaction between Learning and Development. I *Mind in Society* (s. 70–88).
- Wahlgren, B. (2010). *Voksnes læreprocesser: kompetenceudvikling i uddannelse og arbejde*. Kbh.: Akademisk.
- Wainaina, B. (u.å.). How not to write about Africa.
- Waisbord, S. (2002). *Family Tree of Theories, methodologies and strategies in Development Communication*.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2003). Organisational learning: a critical review. *The Learning Organization*, 10(1), 8–17. <https://doi.org/10.1108/09696470310457469>
- Ward, S. A., Bluman, D. L., & Dauria, A. F. (1982). Rhetorical sensitivity recast: Theretical assumptions of an informal interpersonal rhetoric. *Communication Quarterly*, 30(3), 189–195.
- Wass, R., & Golding, C. (2014). Sharpening a tool for teaching: the zone of proximal development. *Teaching in Higher Education*, 19(6), 671–684. <https://doi.org/10.1080/13562517.2014.901958>
- Wenger, E. (2000). Communities of Practice and Social Learning Systems. *Organization*, 7(2), 225–246. <https://doi.org/10.1177/135050840072002>
- Whelan, J. E. (1976). The effect of intrahypothalamic infusion of prostaglandin F2alpha on body temperature and behaviour in chicks. *The Journal of Pharmacy and Pharmacology*, 28(6), 536.
- Wille, N. E. (2007). *Fra tegn til tekst: en indføring i teorier om sproglig kommunikation*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Winther, F. (2011). *Privat gæst og faglig formidler. En retorisk analyse af formidlingssituationer knyttet til Bogstart set fra formidlernes perspektiv* (PhD). Århus: Center for Børnelitteratur, Aarhus Universitet.

- Winthereik, B. R., & Vikkels, S. (2005). ICT and Integrated Care: Some Dilemmas of Standardising Inter-Organisational Communication. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 14(1), 43–67. <https://doi.org/10.1007/s10606-004-6442-9>
- Wood, D., Bruner, J. S., & Ross, G. (1976). THE ROLE OF TUTORING IN PROBLEM SOLVING. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 17(2), 89–100. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.1976.tb00381.x>
- Zahavi, D. (2008). Fænomenologi. I *Humanistisk videnskabsteori* (s. 122–138). København: Linghardt og Ringhof.
- Øhrstrøm, P. (1998). *Logisk set*. Århus: Systime.
- Øksnes et al, M. (2015). Lek - det som gjør livet verdt å leve! I *På spor etter lek. Lek under moderne vilkår* (s. 47–66). Fagbokforlaget.