

ETNOLOGI I LØSNINGERNES LAND

Det anvendte ved den anvendte kulturanalyse

Af:
Mark Vacher
Etnologi



ABSTRACT: I dette oplæg vil jeg forsøge at udfolde det anvendte ved den anvendte kulturanalyse. Nærmere bestemt vil jeg undersøge hvilke implikationer, ”det anvendte” har for måden kulturanalysen udføres, modtages og kvalificeres. Som jeg vil vise, er det ikke mindst i forholdet mellem kulturanalytikeren og analysens modtager, at det særegne ved denne tilgang kommer til udtryk.

NØGLEORD: Anvendt kulturanalyse, MACA, Receivables



MACA i kulturanalysens krydsfelt

Siden 2008 har vi på kandidatuddannelsen Master of Applied Cultural Analysis (MACA) undervist i den anvendte kulturanalyse og uddannet kandidater og sidenhen ph.d.er. Uddannelsen MACA er etnologi ved Københavns Universitet mest formaliserede samarbejde med et andet universitet, nærmere bestemt Lunds Universitet. I dette samarbejde har vi, siden de første MACA-studerende startede i 2008, udklækket op mod 500 kandidater.

Jeg vil gerne benytte denne lejlighed til at takke Orvar Löfgren, Tom O’Dell, Charlotte Hagström, Robert Willim, Håkan Jönsson, Karin Salomonsson, Gabriella Svensson i Lund for et frugtbart samarbejde.

Ifølge uddannelsens hjemmeside, uddanner vi vores studerende, i at: “*conduct cultural analysis, solving concrete problems in corporations, public institutions and NGO’s*”. Der er altså tale om en uddannelse i at udføre en særlig form for kulturanalyse; den kulturanalyse, som løser konkrete problemer i ovennævnte sammenhænge. Det er i kraft heraf, kulturanalysen ansues som ”applied”, anvendt.

MACA har fra starten været og er til stadighed en international uddannelse. Vore alumner arbejder og forsker i virksomheder, statslige og kommunale organisationer samt NGO’er verden over.

De organisationer, som det kulturanalytiske arbejde er tænkt til at udføres i, skal således ikke kun ses i en dansk kontekst, og jeg burde måske have holdt dette oplæg på engelsk, for engelsk er de studerendes, underviserens og forskernes etnologiske arbejdssprog.

Det, jeg ved denne lejlighed vil tale om, er imidlertid ikke uddannelsen som sådan, men den art kulturanalyse, vi hævder at uddanne de studerende i, den anvendte kulturanalyse. Det er for jer her ved fejringen af Etnologis 60 års jubilæum, som måtte have en interesse i, hvad det indebærer, at kulturanalysen er anvendt, jeg holder dette oplæg.

At jeg nævner jer, mine tilhørere er ikke tilfældigt. Det er vigtigt at præcisere, hvem en præsentation er tiltænkt, hvem jeg håber vil være dens modtager. For som det vil fremgå, er modtageren en afgørende faktor i forhold til at gøre den anvendte kulturanalyse anvendt.

“Det anvendte” ligger umiddelbart i påstanden om, at gennemførslen af kulturanalyser kan bidrage med problemløsning i specifikke sammenhænge udenfor academia. Imidlertid ligger der i anvendelse mere end hvor og hvorfor noget udfoldes. Med ”anvendelse” tænker vi også på måden, hvorpå kulturanalysen indbefatter andre. Som de fleste andre udgaver af kulturanalyse handler anvendt kulturanalyse om andre, men i ”anvendelsen” gemmer der sig det væsentlige forhold, at den udføres for og er tænkt til specifikke andre. Det handler ikke blot om hvem, hvad, hvordan eller hvorfor, men også til og for hvem.

Derfor må vi, når vi beskæftiger os med kulturanalyse i dens anvendte former, altid spørge: Hvem laver vi analysen for, og hvad vil det sige at være dem?

Det definerende ved den anvendte kulturanalyse er således i mine øjne ikke så meget, at den producerer konkrete løsninger, men løsninger, der bliver *nogens!*

Receivables

Fordi kulturanalysens resultater må blive nogens for at blive anvendt, er jeg i min undervisning gået bort fra at tale om ”deliverables”, hvilket i konsulentverden betegner det, der leveres til kunden. I stedet taler jeg om ”receivables”, med hvilket jeg mener, *det som kan modtages af de andre.*

At skabe "receivables" kræver noget andet og mere af kulturanalytikeren end blot at producere bud på løsninger. For at kunne frembringe "kulturanalytiske receivables" skal vi ikke bare udvikle og præsentere "det rigtige". Det rigtige skal overdrages, så det samles op. "Her! Værsgo! Tag bare!" er ikke lig med "Modtaget!".

"Receivable" og anvendelige bliver kulturanalyserne først, når de kan modtages af de interessenter, vi producerer dem til. Først da kan de blive *deres* løsninger. For at kunne omsætte vores kulturanalytiske indsigter til modtagelige vidensprodukter, må vi altså flytte fokus til "de andre", dvs. dem, som skal gøre brug af den viden, kulturanalysen bibringer. Det er derfor, spørgsmålene om, hvem vi laver analysen for, og hvad det vil sige at være dem, er så vigtige. Vi skal ikke blot bevæge os i feltet "mit analytiske fokus på de andre", men også tage hensyn til "de andres fokus på analysen, som kommer fra mig". *Den dobbelte kulturanalyse*, som Tine Damsholt rammende har betegnet denne praksis, er afgørende, hvis man vil undgå, at kulturanalytiske løsninger tabes på gulvet, forsvinder i skuffer eller sættes til at samle støv på hylden, så snart de lander ude hos NGO'er, virksomheder og institutioner (Damsholt 2011).

En følge af, at kulturanalysen for at anvendes må inkludere sin modtager, er, at den ikke kan bedrives alene. Således må modtageren af "receivables" ikke betragtes som en abstrakt figur, men en konkret medvirkende og medskabende anden. Filosoffen Donna Haraway mener, at vi, hvis vi skal have chance for at løse nogle af klodens største udfordringer, konkret må "think-with, be-with, stay-with the trouble" (Haraway 2016). Således uddyber hun "Staying with the trouble, yearning toward resurgence, requires inheriting hard stories, for everybody, but not equally and not in the same ways" (ibid. s. 89). Vi må i forsøg på heling, mener hun, ikke blot arve og anerkende de svære historier, men også vide, at de ikke er lige svære for alle og ikke svære på samme måde.

Jeg mener faktisk, at denne lydhørhed – det at kunne stille sig, sætte sig og gå *med* de andre med udgangspunkt i deres specifikke situation – er ganske centralt i forhold til at gøre kulturanalytiske løsninger anvendelige. Orvar Löfgren og Billy Ehn har vist, at kulturanalytikere kan genere frugtbare indsigter ved at sidde *med* andre, mens de venter, laver ingenting, laver noget, er private, er offentlige (Ehn & Löfgren 2010). Men skal indsigter blive til anvendte løsninger, må præcis dette med/with også inddrage modtageren.

Derfor gennemsyrrer ovenstående vores metodologi: måden hvorpå vi interviewer, udfører deltagerobservation, vores go-alongs, drive-alongs, sail-alongs – og senest zoom-alongs. Vi bestræber os således ikke på at følge efter, men på at følges ad. Tom O'Dell har med denne skelnen mellem at følge efter og at følges ad leveret en fin kritik af antropologen Georges Marcus' *Multi-Sited Ethnography* (Marcus 1995). Mens Marcus lægger vægt på at følge (efter) ting, penge, ideer og

personer, fremhæver O'Dell i forelæsningsen "Multi-Targeted Ethnography" deltagelsen og tilstedeværet som metode og analytisk udgangspunkt (O'Dell 2017). Som eksempel nævner han sit samarbejde med ingeniører fra bilproducenten Volvo om at udvikle førerløse biler. Mens ingeniørens fokus i udgangspunktet var på bilen som teknologi, tog O'Dell udgangspunkt i kørsel. Gennem forskellige kampsports- og tillidsøvelser undersøgte han med ingeniørerne oplevelser af at have kontrol over kraft og bevægelse i modsætning til ikke at have det. Dette gav ikke blot ingeniørerne en fælles erfaring med hinanden og kulturanalytikeren, men også med de mennesker der i fremtiden kommer til at lade sig køre uden fører.

Denne form for metodisk og analytisk engagement, som har et stærkt fokus på "with", er der eksempler på i både forskningsverdenen og erhvervslivet. Lad mig give et eksempel fra hver af disse. Ph. d. og cand.mag i Anvendt kulturanalyse Amy Clotworthy skelner i sit arbejde som forsker i et tværfagligt team, mellem at lytte *til* og lytte *med*. At lytte til, gør ifølge Clotworthy ikke i sig selv fx en kvantitativt orienteret epidemiolog mindre fremmedartet for en kvalitativt orienteret kulturanalytiker. Det gør derimod en insisteren på at lytte med, fordi den lyttende aktivt arbejder for finde ind til et fælles fokus og en måde at forstå hinanden.

På lignende vis indleder cand.mag i Anvendt kulturanalyse og transformation manager i en større dansk virksomhed Mark Matienzo, nye projekter og samarbejder med at eksplicite og "samdefinere" forståelser af begreberne "projekt" og "samarbejde". Målet er, fortæller han, at etablere et fælles grundlag for arbejds gange, både når deltagerne ikke kender hinanden i forvejen, men også når kolleger, der har arbejdet sammen længe, skal samarbejde på nye måder.

I begge eksempler fremhæves det at engagere sig *med* som en måde at facilitere nye fælles muligheder og måder at samarbejde på. Følges man ikke ad, fjerner man grundlaget for "receivable solutions", dvs. løsninger af en art, som faktisk kan modtages, deles og anvendes af modtagerne.

Hvad er løsninger løsninger på?

Skønt kommunikation undertiden kan være en løsning, drejer løsninger sig sjældent kun om kommunikation. Modtagelige løsninger er ikke noget, vi bare kan præsentere. De er som nævnt afhængige af deres modtager. Dette skaber en særlig udfordring for kulturanalyser som humanistisk vidensproduktion.

For at forstå, hvorfor det forholder sig således, kan vi trække på Michel Foucault. I *Ordene og Tingene* udlægger han, hvordan den humanistiske analyse har en tendens til ikke at fokusere på *hvem*, men på *hvad*. Humanister, hævder han, beskæftiger sig hovedsageligt med betydning, og derfor er deres opmærksomhed og praksis rettet mod at besvare spørgsmålene: Hvad betyder dette, og hvad betyder

hint? Denne type analyse, mener han, oversætter menneskets omgang med verden til et repræsenterende forhold (Foucault 1992 p. 370). Med andre ord: det, vi ser og hører, betyder og betegner noget andet end sig selv.

I kontekst af MACA's sigte om at løse konkrete problemer må vi som humanistisk analyseform tage ovenstående forhold op til overvejelse. Repræsentationer må og skal vi forholde os til inden for det kulturvidenskabelige felt og i vores faglige formidling, men hvis problemer alene anskues som repræsentationer, overses et afgørende vilkår, nemlig at det at have et problem ikke er en repræsentation – tværtimod. Mens repræsentationer netop betegner noget andet, er problemer problematiske i kraft af deres påtrængende nærvær. Det er at have ondt i maven, røde tal på bundlinjen, føle sig misforstået, misrepræsenteret, være udsat og i fare. At have et problem er ikke i udgangspunktet et analytisk forhold, men ifølge Foucault er det imidlertid her – i ordene, fortolkningerne og repræsentationerne af tingene – mange humanistiske analyser strandede (Ibid. p. 379). Med betydningen som analysens omdrejningspunkt pakkes nærværets alvor nemlig ind i tegn, symboler og henvisninger.

Selv om ambitionerne med MACA's anvendte kulturanalyse er at skabe løsninger på konkrete problemer, betyder det imidlertid ikke, at vi som engagerede i tilvejebringelsen af løsninger selv må være "in trouble".

Vi skal som beskrevet være *med*, engagerede i de mennesker, hvis problemer vi forsøger at skabe løsninger på. Fordi problemer er nærværende, kan de ikke være generelle, og vi skal i udviklingen af løsninger undgå at tilgå dem som sådan. Det betyder ikke, at mange ikke kan have det samme problem, eller at den samme løsning ikke kan være løsning på mange(s) problemer. Vi må med andre ord tage præcis det konkrete problem i sit specifikke nærvær og ikke dets repræsentation, som udgangspunkt for vores analytiske omgang *med* de andre. Det kan vi i kraft af vores kvalitative tilgang. Således kan veludført deltager-observation, go-alongs og interviews hjælpe os til at komme så tæt på andre, at deres problemer fornemmes ikke i antal, men i alvor.

Vi skal derfor være til stede med andre, som er "in trouble". Vi skal følges med dem, der har problemerne, og som er udfordret af dem. Det er i kraft af denne specifikke type etnologi, at vores præsentationer ikke blot kan overdrages, men også modtages og anvendes. Det er det, der gør dem til løsninger, ikke løsrevne analyser. Det er altid *nogens* problemer, og det skal altid være *nogens* løsning. Kan løsningernes modtagere ikke handle i kraft af det, der sendes i deres retning, er løsningerne ikke en løsning for dem. Så forbliver analysen en power point præsentation, et oplæg, et forslag, en anbefaling – det forbliver en repræsentation, i den foucauldianske betydning.

Uden andre ”in trouble” er der ingen anvendt kulturanalyse. Det mærker vi måske særligt på uddannelsens kurser i ”Methodologies for Cultural Analysis” og ”Fieldwork and Project Management”, i daglig tale MACA 4 og 5, som er bygget op omkring kontakten med andre – dem vi kalder ”clients” og ”stakeholders”. Det sværeste er, når de ikke er ”in trouble” – når der ikke er et problem at skabe ”receivable solutions” til. Jeg møder ofte formuleringen: ”Det ville være en god case for dine studerende”. Det er ikke, fordi jeg er utaknemlig over for forslag udefra, for de er altid velmente og ofte både gode og inspirerende. Men det at kunne investere sig i et nærværende problem er et afgørende skridt i enhver anvendt kulturanalyse. Har vores ”clients” ikke et problem, kan de hverken modtage eller anvende en løsning. Da de studerende skal dygtiggøre sig i at levere konkrete løsninger ved hjælp af kulturanalyse, har gode intentioner og til lejligheden opfundne cases ikke megen læringsværdi sammenlignet med et reelt problem.

Et kvalificeret udestående

Hvad kvalificerer da en anvendt kulturanalyse? Som universitetsfag er besvarelsen af dette spørgsmål en latent udfordring og måske endda et frugtbart problem.

En kulturanalyse udspringer af en faglighed, en akademisk disciplin, hvis kvaliteter kan bedømmes i forhold til faglige kriterier og i faglige fora. Det gælder også, når kulturanalysen er anvendt. Imidlertid er det ikke nødvendigvis faglige kriterier, men hvorvidt den modtages, der afgør, om den findes værd at anvende. Med til den anvendte kulturanalyse hører den kendsgerning, at hverken kulturanalytikeren eller modtageren altid har ret, handler ansvarligt eller ved bedst. Af den grund sker det, at problematiske og overfladiske analyser finder anvendelse, mens saglige, grundige og kvalificerede analyser ikke gør.

Den anvendte kulturanalyse kan ikke være neutral eller objektiv. Det ved vi, vi ved hvorfor, og det tager vi højde for. Når vi taler om kultur i forhold til den anvendte kulturanalyse, er det ikke kun kultur som repræsentation, som udtryk (Foucault 1992). Det er også det forhold, at analysen udvikles, modtages og anvendes – altså praktiseres, som etnologerne Søren Christensen, Tine Damsholt, Astrid Jespersen, Signe Mellemegaard og Marie Sandberg har formuleret det (Christensen et al. 2017). Imidlertid er der med den anvendte kulturanalyse endnu et forhold på spil, nemlig en særlig og afgørende værdisætning af såvel udtryk som handling. Det særlige består i, at analysen for at kunne praktiseres må vurderes modtagelig og anvendelig af en anden. I kraft af denne anden udgør kulturanalysen, når den anvendes, et udestående, der betyder, at selv den bedste analyse kan bruges uhensigtsmæssigt.

Dette rejser alvorlige etiske spørgsmål ikke blot i forhold til vores praksis, herunder dataindsamling og bearbejdning samt vores repræsentation af andre, men også vedrørende receptionen af vores arbejde. Vi kan ikke udelukke, at modtagere misforstår, misbruger eller fordrejer vore analyser, men vi kan reflektivt inddrage det som en mulighed.

For hvem er en løsning rimelig og ansvarlig? Og hvis ikke, hvad skal der så til, for at den bliver det? Det kommer an på problemet, og ikke mindst på den, som har det. Ved metodisk at ”stay with” og analytisk holde fokus på specifikke andre, er det muligt at forstå deres problemer i kontekst og udvikle løsninger i overensstemmelse med problemernes kompleksitet.

At gøre dette kvalificeret fjerner ikke det etiske udestående, men skaber et solidt fagligt funderet grundlag for at afhjælpe misforståelser og forhindre misbrug. Kvalificeringen af den anvendte kulturanalyse rækker ud over analysens tilvejebringelse, og den må bogstavelig talt ud af vore hænder for at kunne modtages og anvendes. Det er op til andre at lade den blive løsning, men ved kvalificeret og grundigt at tage deres problem alvorligt kan vi gøre det lettere for dem at gøre analysen til løsning og at gøre det forsvarligt. Det har kulturanalytikere leveret talrige eksempler på, hvoraf jeg har nævnt nogle få.

Ser man på den anvendte kulturanalyses udbredelse, viser det tydeligt, at virksomheder, ngo'er og organisationer såvel nationalt som internationalt finder vore kandidater i anvendt kulturanalyse yderst kvalificerede, værd at modtage og anvendelige.

Tak til cand.mag. i Anvendt kulturanalyse Mette Kamille Birck for sparring og hjælp med gennemskrivning.

Litteraturliste:

- Christensen, Søren et al. (2017) *Kultur som praksis*. Hans Reitzels forlag. København.
- Damsholt, Tine (2011): Brugerdreven innovation og kulturdreven innovation. In: *Kulturdreven innovation*. Nye metoder. Nye muligheder (Damsholt, Tine; Salomonsson, Karin; Hvalsum, Laura Schollert & Wiszmeg, Andréa eds.) Lunds Universitet og Københavns Universitet. København: pp. 53-59.
- Ehn & Löfgren (2010): *The Secret World of Doing Nothing*. University of California Press.
- Foucault, Michel (1992): *The Order of Things – an Archeology of the Human Sciences*. Routledge. London.
- Haraway, Donna J. (2016): *Staying with the Trouble – Making Kin in the Chthulucene*. Duke University Press. Durham and London.

- Marcus, George E. (1995): Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. In *Annual Review of Anthropology* Vol. 24 (1995): pp. 95-117.
- O'Dell, Tom (2017): Multi-targeted Ethnography and the Challenge of Engaging New Audiences and Publics. In *Sociological Research Online* 2017, Vol. 22(4): pp. 193–207.

