

Humanistiska entreprenörer

Kulturforskare i nya sammanhang

BILLY EHN, professor i etnologi vid Institutionen för kultur och medier, Umeå universitet. Av utgivna arbeten under senare år märks bl.a. *Försvenskningen av Sverige* (tillsammans med Jonas Frykman och Orvar Löfgren, 1993), *Vardagslivets etnologi* (tillsammans med Orvar Löfgren, 1996) och den självbiografiskt inriktade studien *Frånvaron*. En berättelse om övergivenhet (1996).

Samtidigt som den humanistiska "samhällsnyttan" ifrågasätts växer efterfrågan på kulturanalytisk kunskap. I dag medverkar kulturforskare i en mängd helt nya uppgifter och arbetsformer på olika samhällsområden. Visserligen har en del humanister även tidigare arbetat tvärvetenskapligt eller i samarbete med statsmakterna, näringslivet och andra aktörer utanför universiteten. Men mycket tyder på att denna gränsöverskridande verksamhet håller på att få ökad betydelse. De nya högskolorna bygger i hög grad upp sin utbildning på en sådan okonventionell och ibland överraskande blandning av akademiska discipliner. De snabba samhällsförändringarna gynnar kombinationer av till synes disparata kunskapsområden. Vem kan förutse vilka slags vetenskapliga mångsysslare som kommer att efterfrågas i framtiden?

Den 1 januari 1999 startade en nydanad humanistisk fakultet vid Umeå universitet. Förnyelsen innebär bl.a. en starkare organisation och ett omprövat ledarskap. Den kräver dessutom att vi ser självkritiskt på vår vetenskapliga och pedagogiska verksamhet. Vad motiverar humanistisk forskning och utbildning? Vilken roll spelar humanister i samhället, nu och i framtiden? Hur skapar vi en god och kreativ arbetsmiljö?

Etnologi ingår numera tillsammans med tre andra ämnen i den nya *Institutionen för kultur och medier*. De övriga ämnena är kulturadministration, medie- och kommunikationsvetenskap samt museologi.

Institutionsnamnet syftar på studiet av kultur i bred mening, på hur alla slags idéer kommuniceras och förändras genom mänskligt handlande på olika samhällsområden genom tiderna. För vår del handlar det särskilt om forskning och utbildning kring medier, socialt liv, kulturpolitik och historiskt arv.

Blandningen av just våra fyra ämnen är en händelse som ser ut som en tanke. Mediernas genomslagskraft och de kulturella uttrycksmedlens betydelse för mäns och kvinnors behov av ursprung, identitet och utrymme är en central samhällsfråga över hela världen som engagerar allt fler forskare. Studiet av olika former av kommunikation genom tal, handling, text, bild och föremål är något som förenar våra discipliner. Hur nuet och det förflutna skapas genom kollektiva symbolspråk är ett annat intresseområde. Tendenserna till vad man skulle kunna kalla växande "kulturalisering", "medialisering" och "musealisering" av världen och människors medvetande skapar ett behov av kunskap som den nya institutionen följaktligen är rustad för att ta sig an.

TVå aktuella kulturpolitiska teman, som kan bli en kontaktyta mellan ämnena, gäller begreppen *representation* och *upplevelseproduktion*. Det första handlar om hur verkligheten och olika kategorier av människor representeras i medier, debatter, vetenskaper, museer och all annan kulturproduktion. Hur används, omformas och nyskas dessa representationer av män och kvinnor i det dagliga livets kamp för identitet och inflytande i skiftande sociala miljöer?

Det andra temat syftar på kulturindustrins tillväxt på arbetsmarknaden och dess produktion av intryck och känslor. Film, konst, litteratur, turism, museiutställningar, kulturevenemang, historiska och etniska festivaler är bara några exempel, vid sidan av massmediernas enorma utbud, på den kommersiella framställningen av kulturformade upplevelser. Här finns alltså viktiga uppgifter för den nya institutionen, både att utbilda studenter för en expanderande arbetsmarknad och att utsätta sådana samhällsfenomen för

kritisk granskning. Förutom att – av ekonomiska skäl – ännu tydligare motivera sin betydelse, måste humaniora i dag alltmer rusta studenterna för ännu oprövade uppgifter. Dessutom ska forskare och doktorander i högre grad än tidigare försörjas med externa medel, allt oftare i projekt med flera olika discipliner och vetenskapsyner inblandade.

Inom området kultur och medier, för att ta ett exempel, är det i dag inte ovanligt att man arbetar tillsammans med medicinare, tekniker, naturvetare, eller att man gör studier åt företag och förvaltningar. Frågor kring t.ex. genetik, geriatrik, ergonomi, IT samt hälso- och miljövard har breddat det humanistiska intresseområdet, samtidigt som de kulturanalytiska och medievetenskapliga perspektiven finner nya tillämpningsområden.

Formerna för hur tvärvetenskap och "tillämpad" forskning ska bedrivas är fortfarande ganska oklara, kanske särskilt för humanister. Vad händer när forskare med olika utgångspunkter och metoder möts och samarbetar med varandra och med utomvetenskapliga aktörer? Hur balanserar man mellan de vetenskapliga kraven och önskemålen om praktiskt tillämpbar kunskap?

I sina studier av alla möjliga samhällsområden blir kulturforskarna också en del av fältet, aktörer som bidrar till att forma och förändra forskningsobjektet. Detta är en välkänd tes inom de senaste årens reflexivitetsdebatt, och den bör följas upp genom en analys av de sociala och politiska roller forskarna mer eller mindre medvetet spelar.

Gränsen mellan kulturvetenskap och politik/ideologi är alltså inte särskilt tydlig och behöver debatteras vidare. Välkommen med inlägg här i Kulturella Perspektiv!