

LITTERATURVETENSKAPEN OCH NÄRINGSLIVET – EN NÖDVÄNDIG TREDJE UPPGIFT?

En märkbar tendens de senaste tio åren är att såväl staten som universiteten ökat sina krav på att vi som humanioraforskare ska samarbeta med näringsliv, verka för fler uppdragsutbildningar och så vidare. Vi uppmuntras sällan att föra ut vår forskning till den breda allmänheten genom exempelvis litteraturkritik i dagspressen – det betraktas heller inte som meriterande – utan istället främjas samverkan med andra institutioner, däribland det kommersiella näringslivet.

Var innebär denna förskjutning? Hur ska vi som forskare förhålla oss till en yrkesroll i förändring? I det följande ämnar jag diskutera denna fråga utifrån min egen erfarenhet som litteraturvetare verksam som inhouse-forskare i näringslivet.

År 2011 fick jag information om ett antal utlysningar inom ramen för något som kallades ”Flexit”, ett treårigt pilotprojekt finansierat av Riksbankens Jubileumsfond (RJ). Flexitsatsningen syftade enligt utlysningen till att ”bygga broar mellan forskning inom humsam och näringslivet”.¹ Vidare var ett centralt ändamål med satsningen att ”underlätta kunskapsutbyte och stimulera kontakter så att fler organisationer utanför universitetsvärlden kan se och nyttja kompetensen hos disputerade humanister och samhällsvetare, och vice versa”

samt att långsiktigt ”påverka meriteringssystemet så att akademien i högre grad värderar erfarenheter från företagsvärlden, och tvärtom.”² Anställningen skulle bestå av 75 procent forskning finansierad av RJ och 25 procent tjänstgöring inom ett företag eller en organisation, bekostad av de sistnämnda. Det lät spännande. Eftersom jag länge sysslat med litteratursociologiska frågor och bokmarknadshistoria var det helt enkelt väldigt lockande. Jag sökte och fick tjänsten med det treåriga projektet ”Villkor och överlevnad: förlagsstrategier och positionering på den svenska bokmarknaden”, anställd av RJ och Förlagssammanslutningen De Oberoende, en grupp bestående av tio mellanstora bokförlag.³

För som så många andra upplever jag att det finns ett behov av humanister utanför akademien. I näringslivet är litteraturvetare ytterst sällsynta. En vanlig synpunkt, som jag också internaliserat, är att en stor del av ansvaret ligger på oss själva.⁴ För några år sedan debatterades ”humanioras kris” flitigt i såväl den allmänna som inomvetenskapliga debatten.⁵ I en rapport om ett projekt som genomförts vid Göteborgs universitet, ”Humanister i näringslivet” (2009), slås det talande fast att humanistiska fakulteter behöver ”ändra attityd och ta till sig näringslivets behov för att erbjuda

utbildningar som ger våra studenter optimala förutsättningar och konkurrensfördelar när de söker anställningar i näringsliv och offentlig sektor eller om de vill bli egna företagare.”⁶ Rent humanioraförakt har också manifesterats, kanske allra mest explicit i Svenskt Näringslivs stridsskrift ”Konsten att strula till ett liv” (2011), där man föreslog en sänkning av studiestödet för studenter inom humaniora och konst med hänvisning till humanioras bristande lönsamhet i samhället och ineffektivitet på arbetsmarknaden.⁷

Motargument och motreaktioner har givetvis uppstått⁸ och även jag såg de humanistföraktande strömningarna som en sporre. Humaniora är viktigt och ska, ja, bör, få ta plats utanför universitetet. Samtidigt kände jag en stor osäkerhet: jag hade delvis internaliserat synen på mig själv som humanioraforskare som en icke-nyttig person. Den första känslan inför utlysningen var ”hjälp, det här kommer jag aldrig att klara”! Hur formulerar man en forskningsansökan till ett företag? Hur formulerar man överhuvudtaget en normal jobban-sökan? Som 32-åring, vilket jag var då, hade jag aldrig sökt ett jobb utanför universitet och hade knappt varit på någon anställningsintervju, vilket är talande för hur isolerade många humanioraforskare är vid universiteten och i vissa fall – dock inte mitt – vid sina heminstitutioner. En annan central farhåga var om det – hemska tanke – var uppdragsforskning den här tjänsten egentligen handlade om. Varför skulle ett företag vara intresserat av mig och mina kunskaper, vad kunde de ha för ekonomisk nytta av mig?

Men sedan kom jag att tänka på det ökade fokus vår disciplin de senaste åren lagt på uppdragsutbildningar och hur vi ständigt uppmanas att samverka med näringslivet. Visserligen hade jag länge närt en smått cynisk och konspiratorisk uppfattning om att samverkan akademi-näringsliv mest handlade om att institutionerna behövde dra in pengar, alternativt

– eller i kombination med – att näringslivet ville ha så kallad uppdragsforskning, men jag bestämde mig för att ha ett öppet sinne.

För trots de fördomar jag hade tycker jag att själva tanken med humanister i näringslivet är tänkvärd för båda parter. Vi kan tillföra något. Vi behärskar så många fler färdigheter än vi tror: vi kan överblicka stora materialmängder och utkristallisera de mest intressanta frågorna, projektleda (över oss själva om inte annat), analysera, ha långa perspektiv och en förmåga att skriva. Det är också centralt att vi kommunicerar och begripliggör våra resultat och den analytiska förmåga vi förhoppningsvis har nått genom vår verksamhet som forskare till företagsvärlden. Det handlar inte om att förenkla, men att tala och skriva på ett sådant sätt att innehållet är begripligt utanför akademien. Det finns en vikt av att vi som forskare får samhällslig legitimitet, och likaledes tror jag att vi, vår forskning och vår undervisning, mår bra av att rikta blickarna ut mot ”verkligheten” utanför universiteten ibland, må det så vara mot det så kallade näringslivet.

Redan den första dagen som forskare på ett företag fick jag en enorm chock. Allt kändes annorlunda. För det första: jag skrev min avhandling om 1700-talets bokmarknad och det har ju hänt en del i bokbranschen sedan dess, även om väldigt många beröringspunkter faktiskt finns och vi idag i och med digitaliseringen i mitt tycke i viss mån är tillbaka i ett äldre litterärt system. Men det mesta var nytt vad gäller arbetssättet. Korta deadlines, krav på att leverera ”tyckande” som av tidsskäl helt enkelt inte kunde vara vetenskapligt förankrat och väl underbyggt. Dessutom var mina forskningsobjekt inte döda, utan högst levande och välmående.

Fast snart såg jag också de positiva aspekterna med det annorlunda arbetssättet. Det var riktigt roligt att arbeta med en ny typ av källmaterial – i mitt fall intervjuer, bloggar, branschtidningar, Twitter – jag har tvingats

tänka, analysera och skriva snabbt vilket jag tidigare haft problem med, både på ett ideologiskt och ett praktiskt plan.

Att som bokmarknadsforskare få bli en ”insider” och delta i den dagliga verksamheten på flera vitt skilda bokförlag var också minst sagt nyttigt för mig och krossade många av de fördomar jag tidigare haft om förlagsbranschen. Istället för att betrakta bokmarknaden som ett studieobjekt blev jag nu – om än stundtals motvilligt och i viss mån problematiskt på ett metodplan – en del av branschen, en deltagare, en aktör, ett subjekt som skulle analysera det forskningsobjekt jag nu själv ingick i. Det var intressant och gav nya perspektiv, men försvarade också min forskning. Temposkillnaderna mellan arbetet med min doktorsavhandling som pågick under fyra år och de snabba rapporter jag nu förväntades leverera på någon vecka var inte bara negativa och jobbiga utan fick mig nog att bli en djävare skribent. Möjligheterna till att skapa nätverk inom branschen visade sig också vara mycket, mycket goda.

Vad gäller själva forskningsprojektets syfte och innehåll bytte det snabbt inriktning. Detta är som bekant snarast regel än undantag för alla forskningsprojekt, men i det här fallet gick det rekordfort och inriktningen byttes inte bara en eller två, utan snarare fem gånger. Orsaken var bokbranschens, ja, näringslivets, föränderlighet. Drastiska omvandlingar skedde inom branschen från månad till månad med sammanslagningar av förlag, ökad digitalisering av marknaden, e-bokens utveckling och den globala jätten Amazons allt starkare position på världsmarknaden. Samtliga faktorer gjorde att mitt projekt, som ämnade undersöka konkurrensvillkor och förlagsstrategier på den svenska bokmarknaden, hela tiden fick modifieras och omformuleras. Det var svårt, sinkade mitt skrivande och jag la ner mycket arbete på att skriva och analysera saker som snabbt blev inaktuella och fick läggas på hyllan. Samtidigt

genererades hela tiden nya frågeställningar som kändes mer relevanta än de förra.

Men det huvudsakliga problemet för mig visade sig vara en svårtacklad sammanblandning mellan den forskning jag skulle bedriva på 75 procent och de sysslor jag skulle utföra för bokförlagen på 25 procent. Gränserna suddades ut. Något jag snart blev varse om var oklara förväntningar på mig från företagets håll och den stundtals totala bristen på arbetsuppgifter för de 25 procent jag tjänstgjorde för dem. Företagen tycktes inte riktigt veta vad de skulle göra av mig. De var ytterst välvilliga, positiva och stödjande, men det verkade vara svårt för dem att finna arbetsuppgifter som de ansåg vara lämpliga för mig och min kompetens. En anledning till detta kan vara att jag arbetade för så många olika företag. Det var svårt att få ett samlat grepp om vilka förväntningar och önskemål de hade på mig. Vi sågs allesammans på möten en gång per månad, men då togs i regel andra, för ”mina” företag sannolikt mycket mer centrala frågor, upp. Jag har full förståelse för detta – de företag jag arbetar för är samtliga relativt små med stor tidsbrist och pressad ekonomi. Man har inte tid att fundera ut vettiga arbetsuppgifter och är kanske därtill osäker på vad en humanioraforskare kan tillföra i den dagliga verksamheten på ett företag. Samma slutsatser har flera av mina Flexitkolleger, som forskat på andra, vitt skilda, företag, dragit.

De farhågor jag hade om att förvandlas till en uppdragsforskare visade sig dock vara helt ogrundade och det är givetvis oerhört positivt. De arbetsuppgifter jag utförde för företagen initierade jag mer eller mindre helt själv, precis som man gör när man arbetar som ”fri forskare” med personliga forskningsanslag på universitetet. Det är givetvis inget fel med frihet, men den växelverkan mellan näringsliv och akademi, där båda parter skulle ha utbyte av varandra, fick i mitt tycke för litet utrymme och samarbetet fick mer karaktär av en envägs-

kommunikation. När jag tog initiativ till att ha seminarier för medarbetarna på förlagen, det vill säga inte bara för cheferna, om den senaste forskningen om exempelvis e-böcker och den amerikanska e-bokmarknaden, fick jag emellertid mycket uppskattning från arbetsgivarna. De deltog också i en stor bokmarknadskonferens som jag arrangerade tillsammans med RJ på Natur & Kultur med aktörer från både akademien och näringslivet som talare.

Intresset från akademien var desto större. Det blev snabbt uppenbart att universiteten är väldigt intresserade av projekt som Flexit som syftar till samverkan med kommersiella företag. Inbjudningar till att föreläsa vid olika universitet i Sverige (och Köpenhamn) kom, Uppsala universitets innovationsavdelning hörde av sig och så vidare. Likaledes visade sig intresset från media vara oväntat stort. Under mina snart tre år som Flexitforskare har mitt projekt genererat medverkande i bland annat SR:s Kulturlyst, Svt:s Kulturnyheterna, *Svenska Dagbladet*, *Dagens Nyheter* och tidskrifterna *Filter* och *Skriva*. Därtill har jag fått uppdrag som sakkunnig för en rapport från riksdagen och deltagit vid flera seminarier under de senaste årens bokmässor i Göteborg. I det här avseendet kan det konstateras att jag sysselsatt mig med tredje uppgiften mer än någonsin förr.

Hur intresserad var då den huvudsakliga målgruppen för min forskning, det så kallade näringslivet, av mitt projekt? Utifrån min egen erfarenhet måste jag konstatera att intresset var litet, nästintill obefintligt, i den bransch jag verkar i – förlagsbranschen. Det är som ovan nämnt många som har kontaktat mig för att veta mer om min forskning, anlita mig som ”expert” och så vidare, men propäerna har alltså inte kommit från branschen. Kanske beror detta på att man anser att jag inte kunnat tillföra något? Samtidigt har jag aldrig förr fått så mycket uppmärksamhet för min forskning vilket givetvis smickrar självförtroendet.

Men detta tar jag inte upp för att kokettera. Min poäng är snarare att intresset från dem som RJ med sitt Flexitprogram ville att jag skulle nå, förlagen och branschen, har varit minst sagt ljummet. Flera av mina Flexitkolleger som forskat på andra företag har liknande erfarenheter och vi har diskuterat vad detta beror på. Viljan bland företag att ta del av forskningsresultat rörande den egna branschen tycks oss tyvärr vara väldigt liten. Ett undantag kan visserligen utgöras av en stor bokmarknadskonferens med 150 deltagare – med väntelista – som RJ och jag arrangerade år 2013 med en lång rad föreläsare från såväl akademi som kommersiell förlagsvärld.⁹ Samtliga aktörer, däribland Kristina Ahlinder från Svenska Förläggareföreningen, Eva Bonnier från Albert Bonniers förlag och Johan Svedjedal, professor i litteratursociologi vid Uppsala universitet, ställde upp gratis. Bokförlaget Natur & Kultur – som inte ingår bland ”mina” tio förlag – ställde generöst upp med gratis lokaler. Här märktes alltså en fantastisk välvillighet från branschens håll. Och i linje med det kom dessutom cirka 90 procent av åhörarna på konferensen från förlagsvärlden. Förvånande nog kom däremot nästan inga akademiker (varken disputerade eller studenter i exempelvis Förlagskunskap) utöver den skara som föreläste. De föredrag som genererade flest frågor var vidare de som hölls av de förläggare jag bjudit in som talare. Gapet mellan näringsliv och humanistisk forskning tycktes således vara svårt att överbrygga från båda håll.

En central aspekt av akademikerns arbete är tredje uppgiften, det vill säga att vid sidan av forskning och undervisning dela med sig av sin kunskap till offentligheten.¹⁰ Av de erfarenheter jag ovan delgett från mina snart tre år som forskare i näringslivet kan man dra slutsatsen att min forskning definitivt nått en bred målgrupp – allmänheten – genom medialt intresse. I så måtto har den tredje uppgiften

verkligen uppfyllts. Projektets huvudsakliga syfte, att verkställa tredje uppgiften genom att skapa en djupare växelverkan mellan humanistisk forskning och den specifika målgrupp det privata näringslivet utgör, visade sig dock vara svårare att genomföra. Ännu är gapet mellan

humanioraforskning och näringsliv stort. Ett gryende intresse finns, utifrån mina erfarenheter inledningsvis främst från akademiskt håll, och förhoppningsvis är en förändring långsamt i vardande. Trots allt behöver båda världar varandra.

1. <http://www.rj.se/for-forskare/flexit-univ-naringslivet/> (den äldre utlysningen jag använde finns inte kvar på nätet men denna, som är identisk, hämtades 2014-11-03).
2. Ibid.
3. De Oberoende består av förlagen Alfabet, Atlas, Atlantis, Brombergs, Historiska Media, En bok för alla, Ersatz, Lind & Co, Ordfront och Weyler förlag.
4. Se t.ex. Bo Rothstein, "Humanioras kris är självförvållad", i *Axess* 2008:6 och Rapport om projektet "Humanister i näringslivet", genomfört vid Humanistiska fakulteten, Göteborgs universitet, VT 2009, s. 13, http://www.hum.gu.se/digitalAssets/1296/1296656_humanister_i_naringslivet.pdf (hämtad 2014-11-28).
5. Debattinläggen är otaliga och därtill finns ett antal längre verk, såsom Svante Nordins *Humaniora i Sverige. Framväxt, guldålder och kris* (2008) och Anders Ekströms & Sverker Sörlins *Alltings mått. Humanistisk kunskap i framtidens samhälle* (2012) som behandlar frågan ur olika perspektiv.
6. Se ovan nämnda rapport "Humanister i näringslivet", s. 29.
7. Stefan Fölster, Johan Kreicbergs & Malin Sahlén, "Konsten att strula till ett liv. Om ungdomars irrvägar mellan skola och arbete", Rapport från Svenskt Näringsliv juni 2011, http://www.svensktnaringsliv.se/migration_catalog/konsten-att-strula-till-ett-liv_531898.html/binary/Konsten-att-strula-till-ett-liv (hämtad 2014-11-28).
8. Ett aktuellt exempel är bildandet av tankesmedjan Humtank 2014, ett samarbete mellan tolv svenska lärosäten. Syftet med Humtank är att "visa på de humanistiska ämnenas nödvändighet för samhällsutvecklingen" och "förändra forskningspolitiken och fördelningen av universitetets resurser, delta i samhällsdebatten och inte minst förändra allmänhetens uppfattningar och attityder till humaniora", <http://humtank.se/om-oss/> (hämtad 2014-11-21).
9. "Bokmarknad i kris? Risker och möjligheter", endagskonferens samarrangerad med Riksbankens Jubileumsfonds Flexitprogram 18 mars 2012 på Natur & Kultur förlag.
10. Se Högskolelagen 2009:45 (ändring i Högskolelagen 1992:1434, 2 § 2 stycket): "I högskolornas uppgift ska ingå att samverka med det omgivande samhället och informera om sin verksamhet samt verka för att forskningsresultat tillkomna vid högskolan kommer till nytta."

