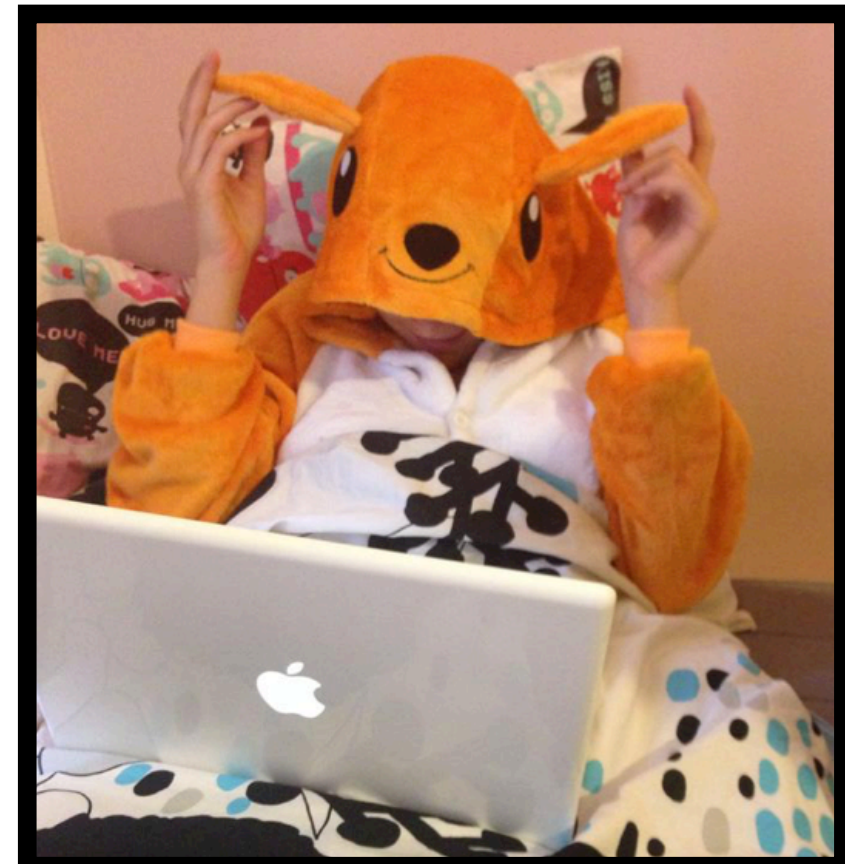


Etnografiska metoder i en digitaliserad värld

Introduktion

Vad är etnografi och etnografiska metoder?



Katarina Graffman & Lotta Björklund Larsen

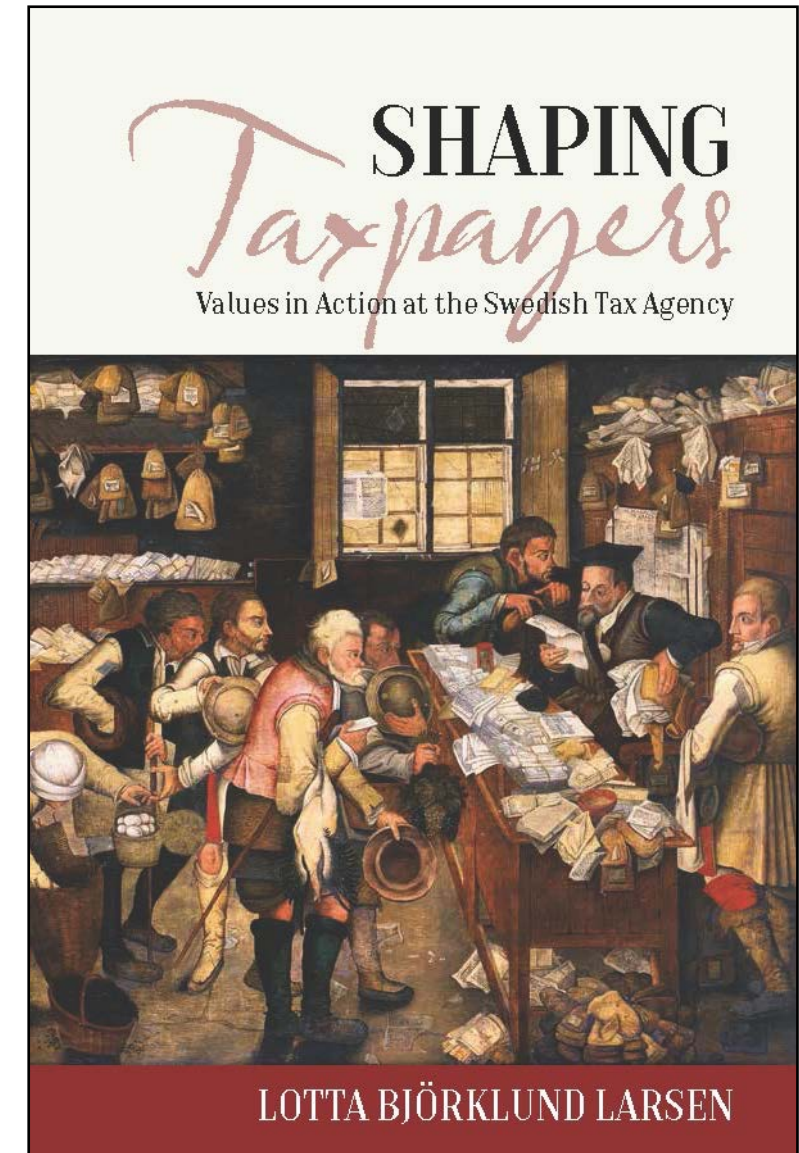
1 juli 2022

Välkommen till kursen

Etnografiska metoder i en digitaliserad värld

Lotta Björklund Larsen

Filosofie doktor och docent socialantropologi, BSc Nationalekonomi



lottabjorklundlarsen.se

Katarina Graffman

CEO Inculture, dr kulturanthropologi



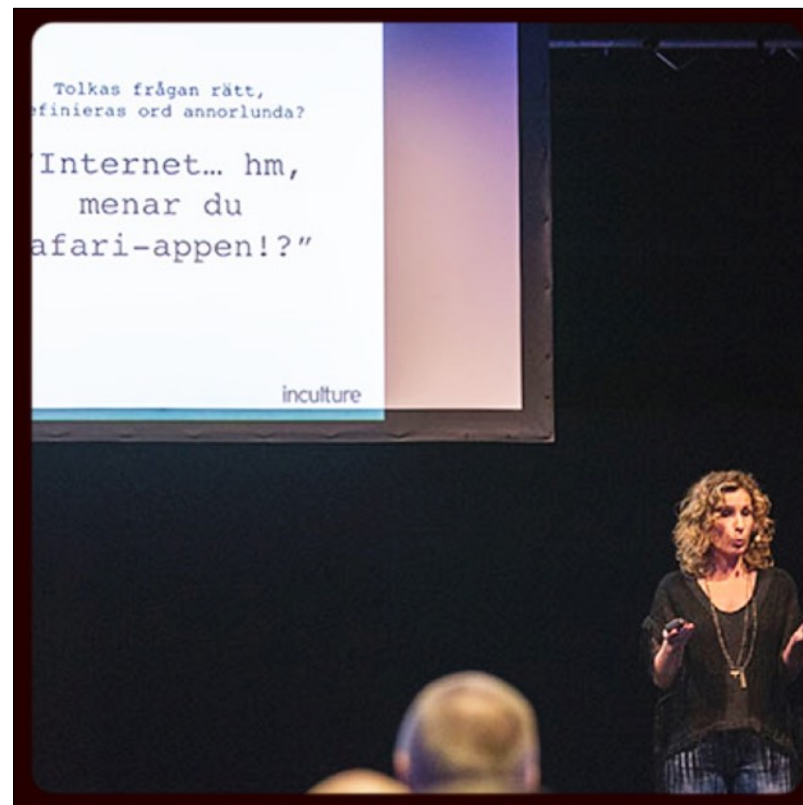
Tjänster

Strategisk rådgivning – Antropologi handlar om att förstå kulturer – vardagskultur, konsumentkultur, mediekultur, organisationskultur, varumärkeskultur. Mina strategiska uppdrag ger mina kunder ett försprång gentemot sina konkurrenter. Omfattning och engagemang anpassar jag efter förutsättningar och mål.

Föreläsningar och moderatorsuppdrag – Hur människor *egentligen* beter sig, är lika intressant som nyttigt och underhållande att ta del av för många. Om du är intresserad av mina teman kan du kika på fliken Föreläsningar ovan.

Studier – Etnografiska studier av specifika fenomen, platser, beteenden. Kunskap om trender och omvärlden har de flesta, men få har fingret i verkligheten. Genom etnografiska studier blir det möjligt att snabbt kunna avläsa när förändringar sker, när nya trender etableras och nya beteenden manifesteras. Det blir även möjligt att hitta de vita ytorna, det vill säga de kund- och konsumentbehov som inte är tillfredsställda.

People Visits – People Visits workshop är ett unikt program som kombinerar teori, övning och reflektion och som hjälper företag och organisationer att förstå komplexiteten i människors beteenden. Vill du vet mer, se separat flik ovan.



inculture.com

Lite praktikaliteter

Hemsida: www.digitaletnografi.se

Digital Etnografi

Etnografiska metoder i en digitaliserad värld



Två inlämningsuppgifter under kursen

1. Enskild uppgift: Liten etnografisk uppgift

Mer information om denna senare idag!

2. Gruppuppgift: Examinationsuppgift

Ni kommer få välja mellan två olika projekt och skall sedan planera, genomföra, analysera och presentera era resultat. Uppgiften presenteras vid föreläsningstillfälle den 7 juli.



Lite andra praktiska saker:

Frånvaro

Studentportaler (Athena och Studium)

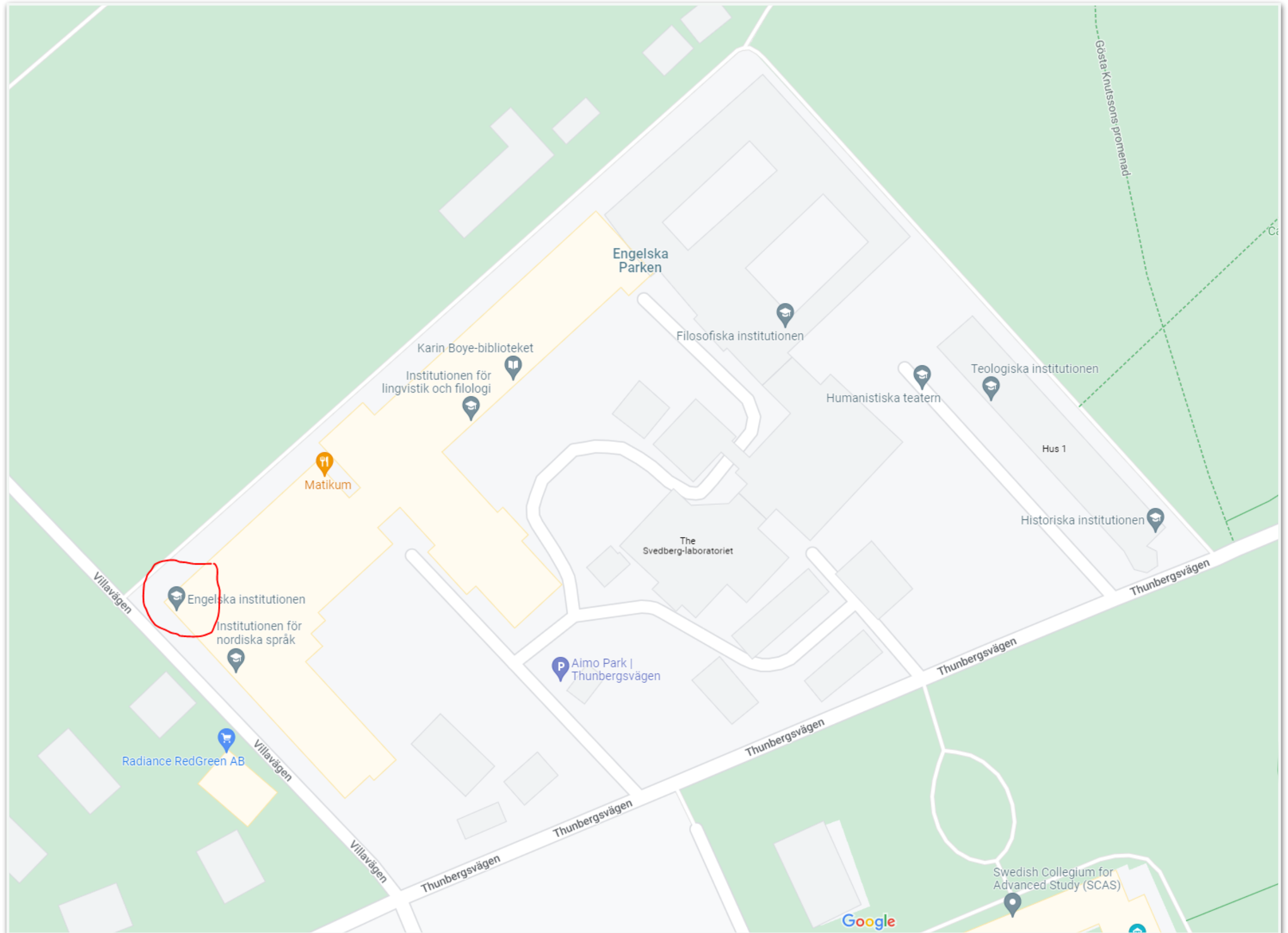
Alla måste registrera sig i Ladok för studenter

Examination - hur och vad

Plagiat

Låsta entréer UU - entré 3L

Uppsala entré 3L



GRUPPINDELNING!



etnografisk grundsyn



Människor som
sociala och kulturella
varelser

- **Hur** förstå dem?
- **Vilken** kunskap och
insikter etnografi ger

agenda

- Liten historik
- Holistisk och därmed tvärvetenskaplig och syn
- Fältarbete
- Små ställen, stora frågor
- Exempel från vår egen forskning

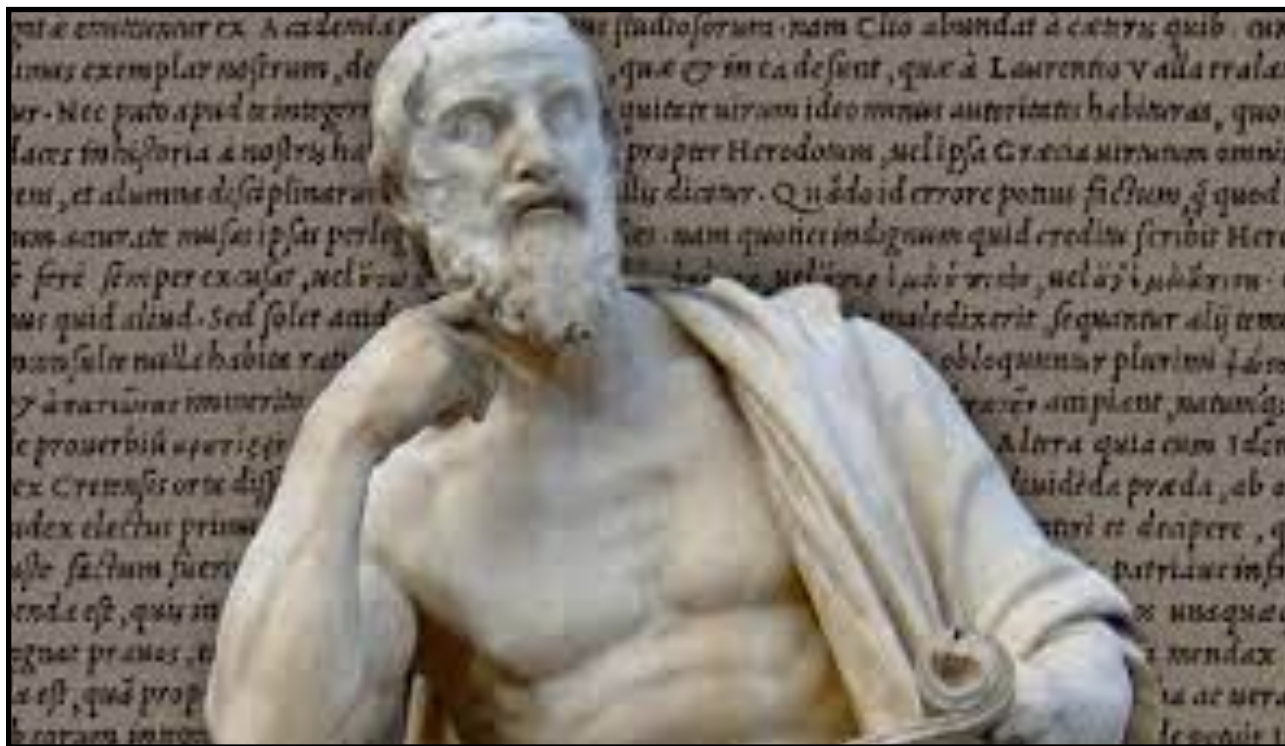
Antropologi: *läran om människan i grupp och hur de anpassar sig till yttre omständigheter.*

Etnografi: *beskriva folk och jämföra olika sätt att leva.*

Antropologiska analyser utgår från etnografiska studier.



liten historik



Herodotus 400-talet f.kr

Historiker men reste för att förstå

Ändrade frågeställning: från krigshistoria till persiska imperiet

Narrativ i framställning: inkluderade anekdoter, små historier och citat av viktiga historiska personer

Moralisk vinkel

Bronislaw Malinowski 1910-talet



Argonauts of the Western Pacific

- Fält:
Trobrianderna
- Personlig:
Levde med
dem, lärde sig
språket
- Induktiv: ingen
hypotes
- Multimetodisk: deltog, iakttog, mätte, kände
- Holistiskt: han var där



tvärvetenskaplig och holistisk syn



Människor som sociala och kulturella varelser

- Hur förstå dem?
- **Etnografisk** grundsyn





tvärvetenskaplig och holistisk syn

- Fält baserad
- Personlig
- Multimetodisk
- Låååånga studier - eller?
- Abduktiv - botten upp!
- Dialog/frågorna utvecklas under studiens genomförande

fältarbete

Vofför gör di på
dette viset?





fältarbete

Vilka frågor skall du besvara?

Vem / vad skall studeras för att få svar på detta?

Hur skall du få access?

Avgränsningar

Definiera fältet!

Vad göra i fältarbetet?

- lyssna och se vad som händer i fältet?
- delta i diskussioner, småprata, skvallra
- specifika frågor. Varför? Hur? Vad?
- samtal för att förstå människors syn och åsikter
- kontrollerade intervjuer kan vara på plats (för jämförelser)

aldrig flyga på väggen!



Reflexivitet

hur påverkar du
fältet?

vilka relationer får du
till dem du studerar?

påverkan på den fakta
du samlar in?

Dokumentera, dokumentera, dokumentera...

- Loggbok: skriv, spela in, ta foton, rita, SKRIV!
- Reflexivitet: vem är du? hur är din egen påverkan på fältet? på den fakta du samlar in?
- Relationer med dem du studerar.

exempel på fältarbeten

Exempel 1

Varför köper svenskar svart?

Fråga: hur definieras gränsen för legitima köp av svart arbete?

Fält: brett socialt spektra av svenskar + tillit för att våga prata om 'olagligheter'.

Intervjusamtal!

Access: genuint nyfiken, inte döma. Varför? Hur?



SVARTJOBB
-VILKET MÖRKER!
VILKET SLAGS BYGGG VILL DU HA?

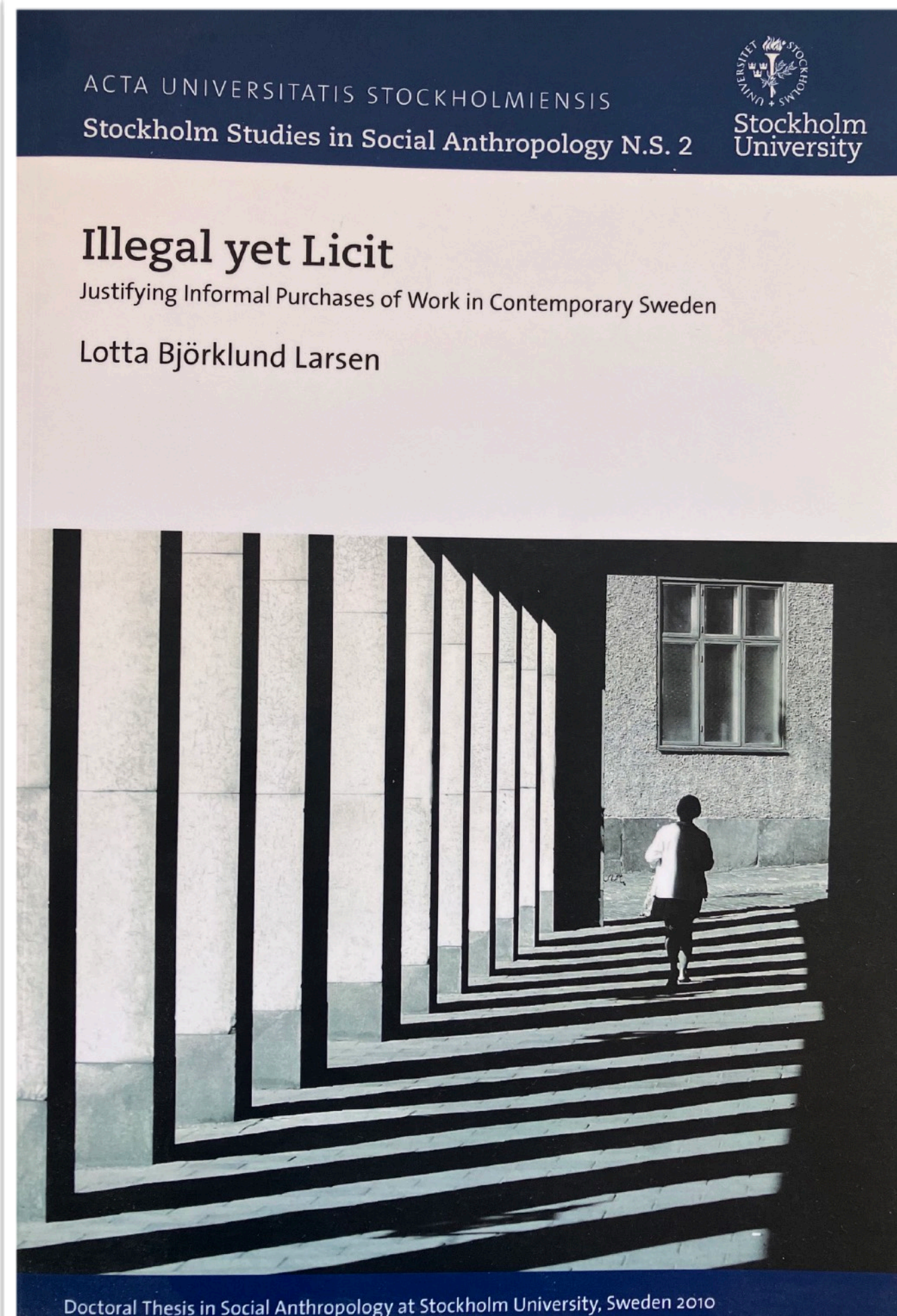
REN
BYGG
BRANSCH

dokumentera, dokumentera, dokumentera...

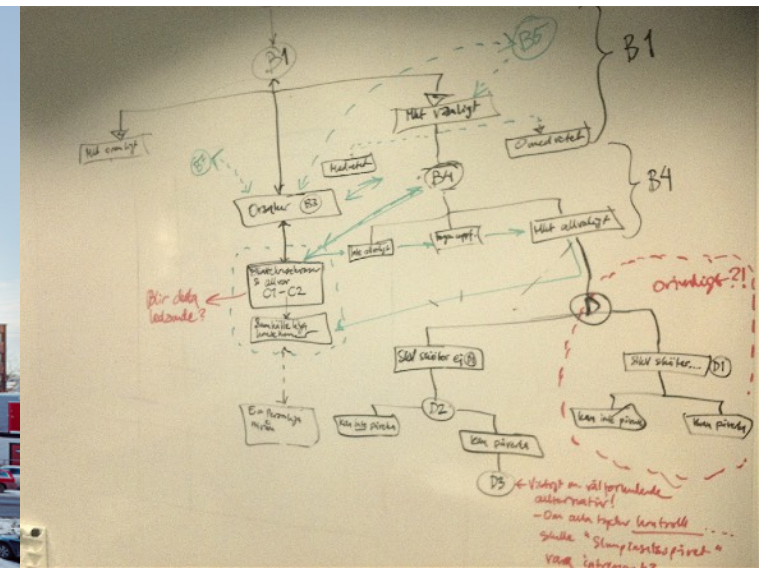
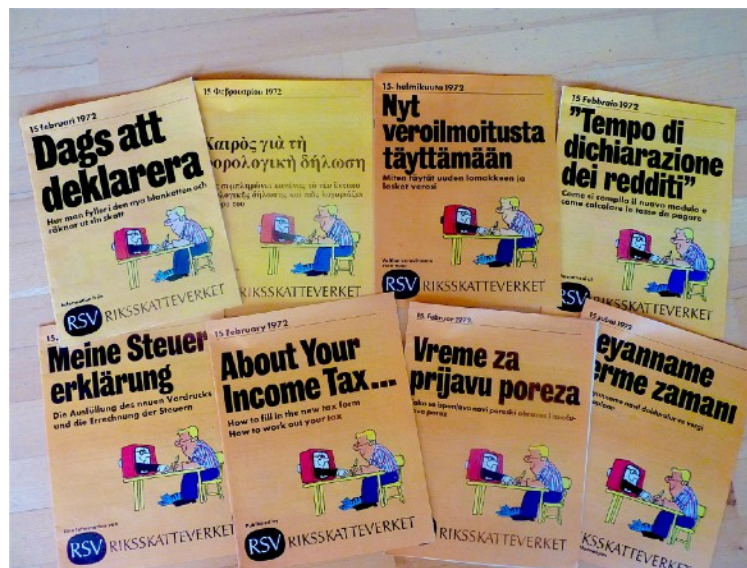
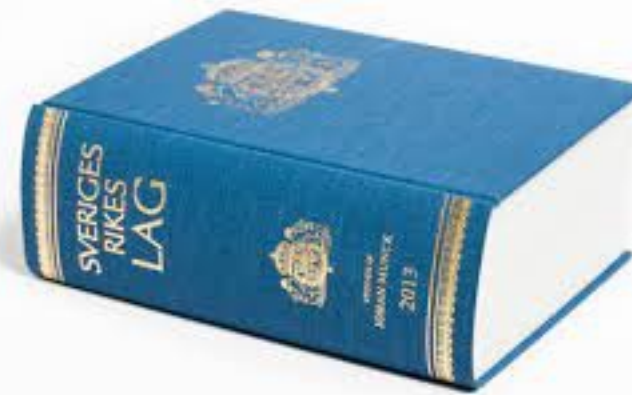
- Loggbok: 123 sidor word dokument som dagbok. Ideer, tankar, litteratur, medieklipp etc
- Etymologi. SAOB är fantastiskt!
- Statliga utredningar och rapporter, media
- Reflexivitet: min person - nu och då. Vad betyder det att vara Stockholmsakademiker? Duktiga flickan i klassen?
- Relationer med tidigare klasskamrater

Exempel 1: Varför köper svenskar svart?

Hur rättfärdigas köp av svart
arbete bland en hyfsat socio-
ekonomiskt representativ grupp
av medelålders svenskar.



Exempel 2: Fältarbete på Skatteverket



Fråga: hur tolkar SKV en allomfattande lag?

Fält: SKV, beslutsfattare och praktiker

Access: fråga av intresse för dem, de kan lära sig något om sig själva

dokumentera, dokumentera, dokumentera

- deltog i allt kollektivt arbete: riskanalysgruppen, presentationer för chefer och ledning, seminarier, möten med externa experter
- multi-sited fält: SKV Solna, kontrollenhet på Örebro kontoret, intervju företag, möte för SKVs analytiker i Malmö -> fick INTE vara med på skattekontroller!
- kopierad på email, arbetsversioner av enkät, rapporter etc
- spelade in diskussioner
- enskilda intervjuer i slutet
- transkriberade allt! Informanterna spelade in för mig!
- diskuterade med dem på lunch, fikapauser, hemtransport

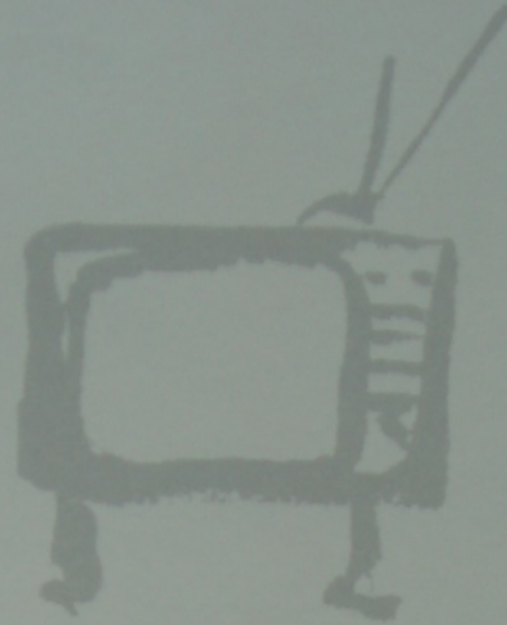
SHAPING *Taxpayers*

Values in Action at the Swedish Tax Agency



LOTTA BJÖRKLUND LARSEN

Exempel 3



Kommersiell mediekultur

En etnografisk studie av
TV-producenter och TV-produktion

KATARINA GRAFFMAN

Konklusion

Etnografi tar människor på allvar i all sin komplexitet

Holistisk syn men kom ihåg att avgränsa!

Multimetodisk

Frågorna kan ändras i takt med ökad insyn i fältet - flanören

Etnografi problematiserar det vardagliga, det för-givet-tagna

Reflexivitet över din/etnografens egen påverkan

ETNOGRAFI

SJÖSÄTT, NAVIGERA OCH
RO I LAND DITT PROJEKT

KRISTINA GÖRANSSON



Studentlitteratur

'A book that will turn your world upside down in the best possible way:
fun, profound and bursting with important insights' **Tim Harford**

Anthro Vision

How Anthropology
Can Explain Business
and Life

Gillian Tett

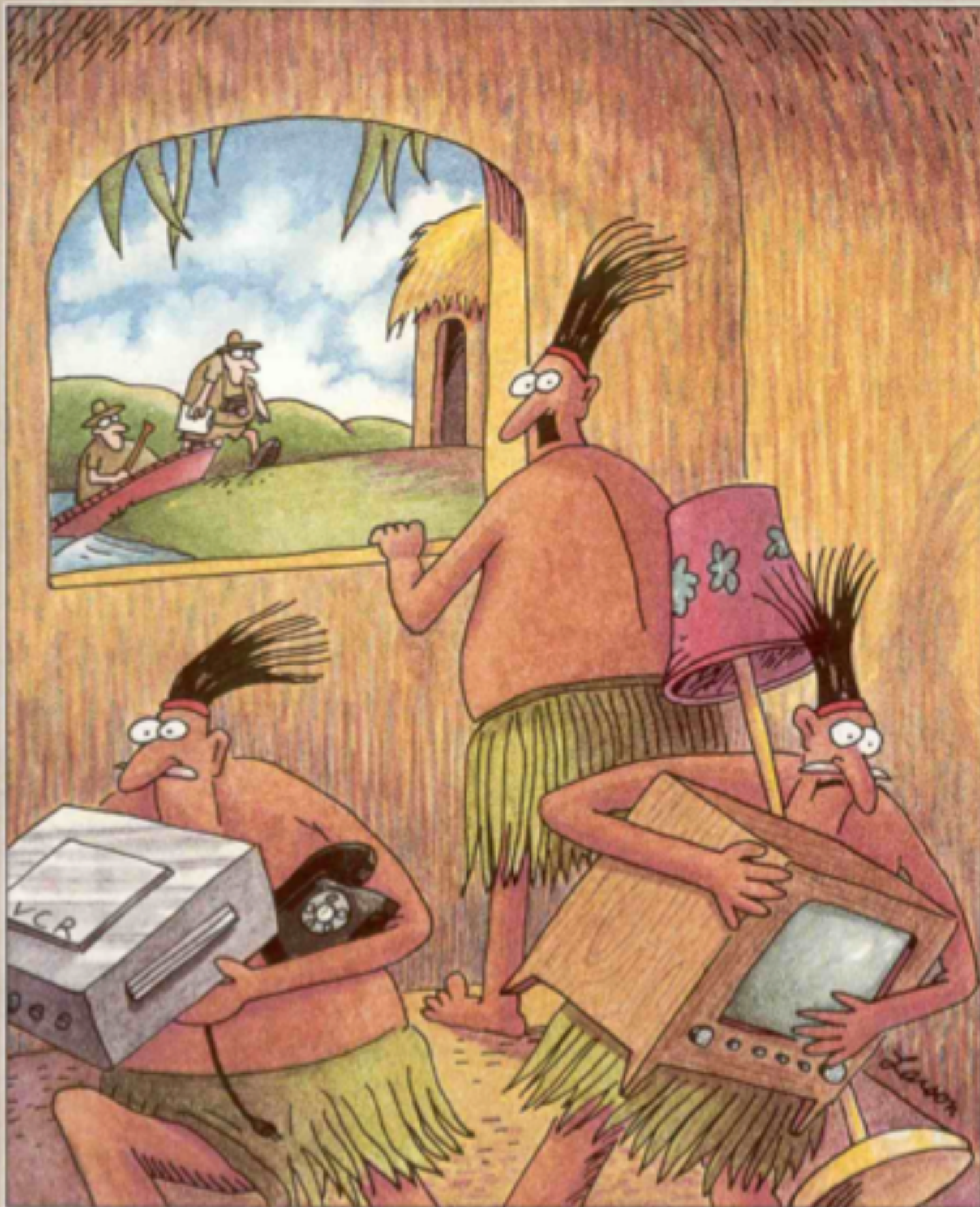
Editor-at-Large, *Financial Times*

skulle lägga
in på Tett

etnografiska undersökningar

- vad, hur varför

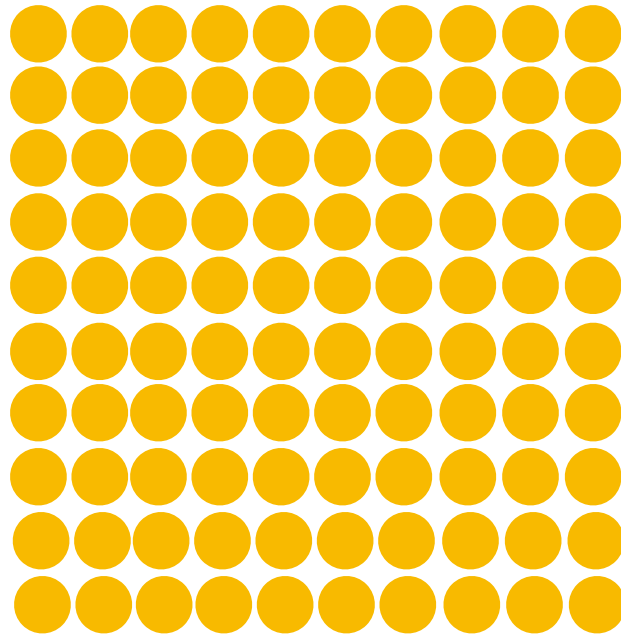




Människor
säger
inte vad de
tänker, vet inte
vad de känner
och gör inte som
de säger.

dr katarina graffman

Kvantitativ forskning



100 människor

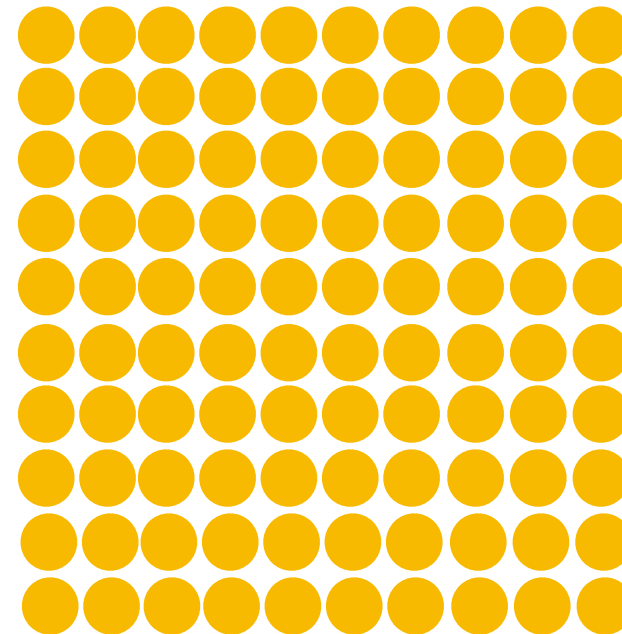


Testa 10 påståenden

Kvalitativ forskning



10 människor



Upptäck 100 företeelser

TO FORM A COMPLETE PICTURE, BOTH BIG AND THICK DATA ARE CRITICAL BECAUSE THEY PRODUCE DIFFERENT TYPES OF INSIGHTS AT VARYING SCALES AND DEPTHS



@TRICIAWANG

Default thinking

Hypotesbaserad

Vad och hur mycket?

Studier kring "tänk om" och vad har varit

Problem med lägre grad av ovisshet

Hårda, mätbara fakta

Sensemaking

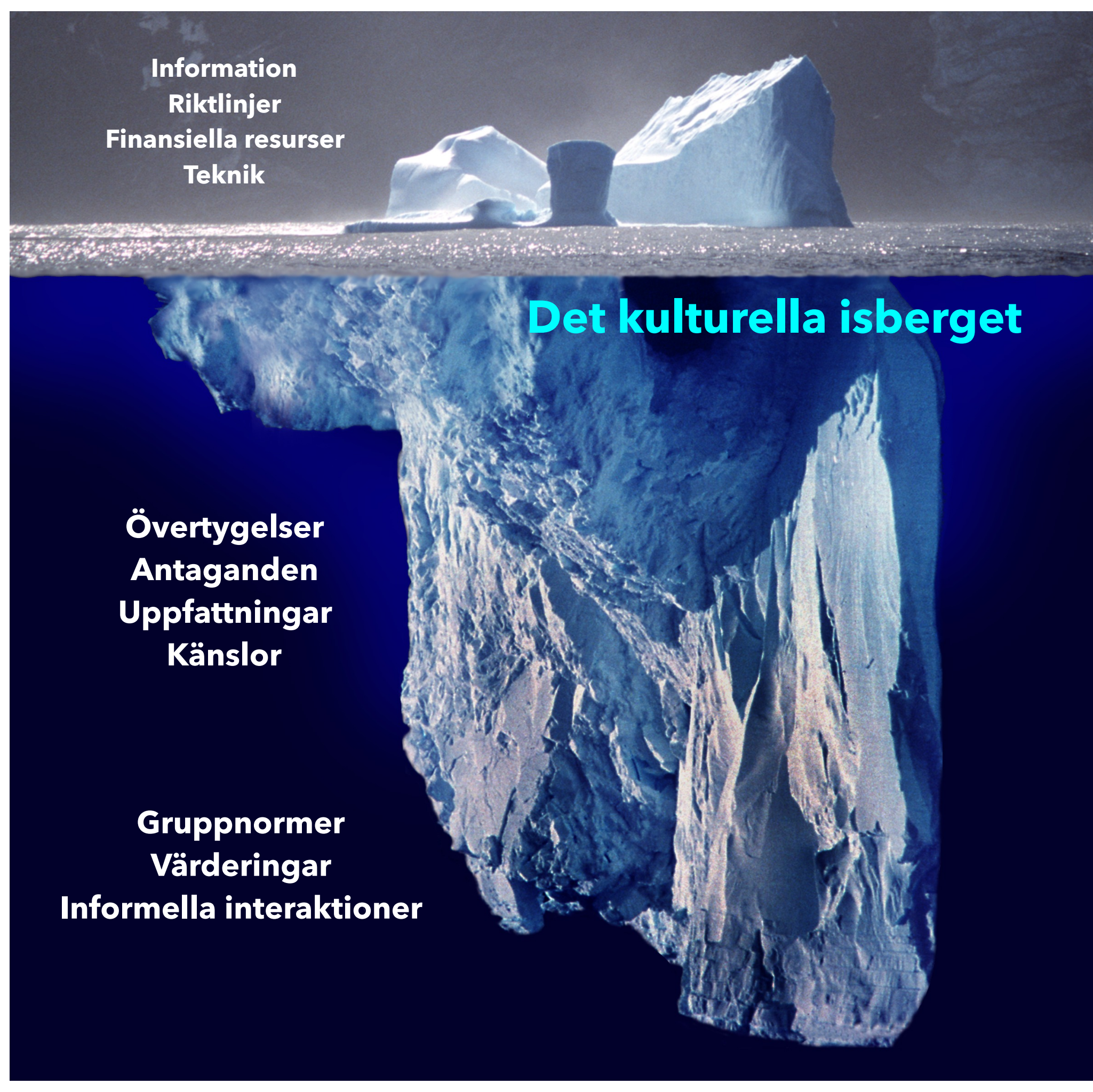
Utforskande

Varför?

Studier om vad som ska komma

Problem med högre grad av ovisshet

Kvalitativa beskrivningar

A diagram of an iceberg floating in dark blue water. The tip of the iceberg is above the water line, and the much larger base is submerged. The submerged part is labeled 'Det kulturella isberget' in red. Various organizational factors are listed on either side of the iceberg, corresponding to different levels of visibility.

Information
Riktlinjer
Finansiella resurser
Teknik

**Som vi säger
att vi gör saker.**

Det kulturella isberget

Övertygelser
Antaganden
Uppfattningar
Känslor

**Som vi
egentligen gör
saker.**

Gruppnormer
Värderingar
Informella interaktioner



3 metodologiska nyckelbegrepp

Deltagande observation. Antropologen spenderar en längre tid med människor som lever sina vardagliga liv, lär hur de lever genom att göra som de. Delaktighet ger en upplevd förståelse av vad som sker och beskrivande detaljer kring ett beteende eller en företeelse.

Naturlig miljö. Etnografi genomförs i den miljö där informanterna bor, arbetar och spenderar sin fritid, inte i en separat forskningsmiljö.

Med deras egna ord. Etnografiska "upptäckter" levereras med informanternas egna ord, med deras språk och intonationer.

En kombination av metoder

Deltagande observation

Intervjuer

Livshistorier

Arkiv- och mediestuder

Netnografi

Enkätundersökningar

Foto- och filmdokumentation

Dagböcker

Dokumentation av omgivningen

Go-along



En kombination av metoder

Observationer: olika grader av deltagande (fångar vad och hur människor som kulturarvarelser agerar)

Intervjuer: frågor-svar respektive samtal; strukturerade respektive tematiska; ge info respektive komplexitet (fångar vad människor som socio-kulturella varelser tycker/tror/säger)

Netnografi: en vetenskaplig metod för att dels få en förståelse för internet som artefakt och redskap, dels för att få en djupare förståelse för det sociala och kulturella liv som pågår där.

Deltagande observation

Miljöer: Hur ser den fysiska platsen/erna ut?

*

Aktörer: Vilka människor är inblandade?

*

Aktiviteter: Vilka gemensamma aktiviteter förekommer?

*

Objekt: Vilka föremål är närvarande?

*

Handlingar: Vilka enskilda handlingar förekommer?

*

Händelser: Är situationen del av en specifik händelse?

*

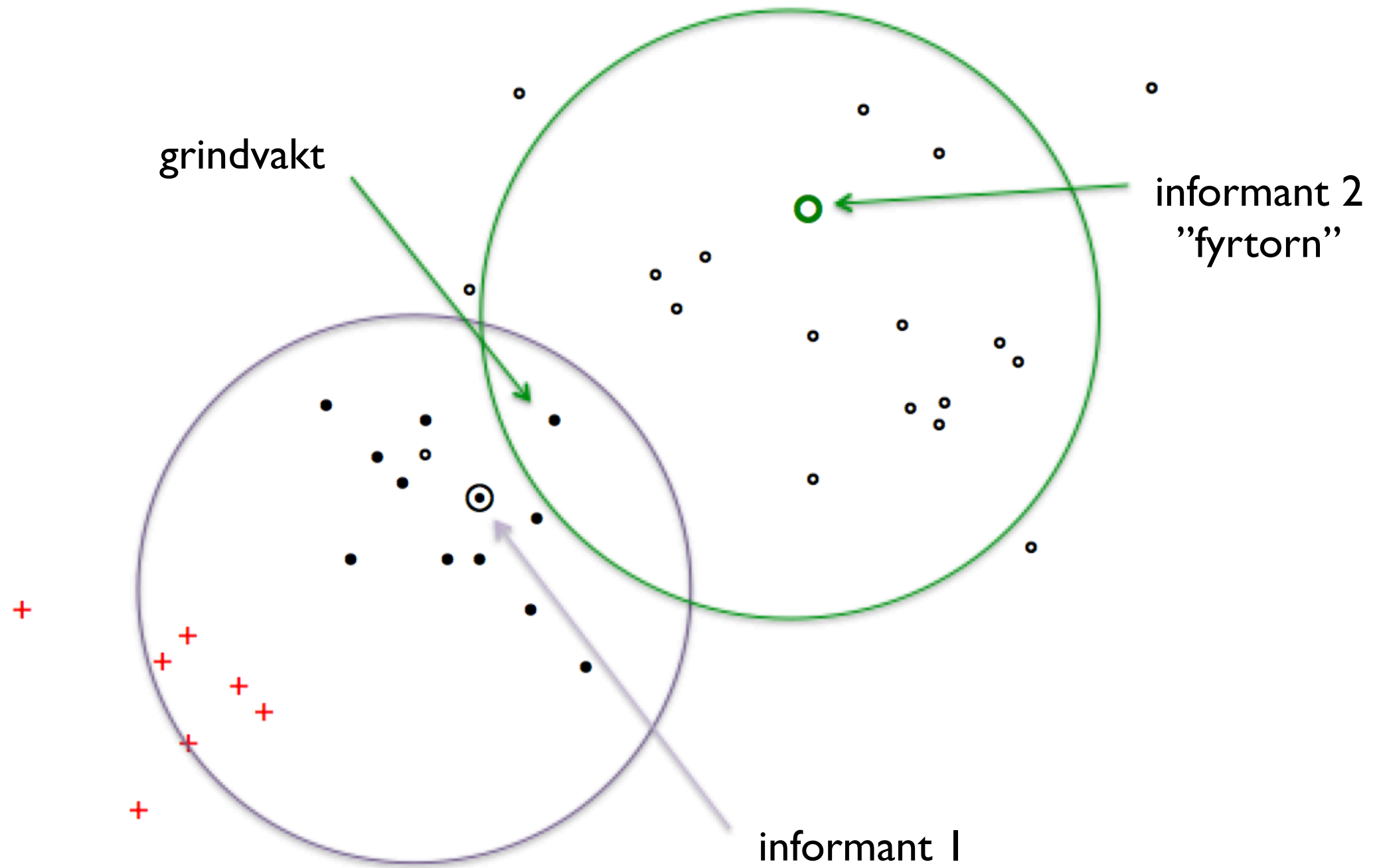
Tid: När äger observationerna rum?

*

Mål: Vad försöker aktörerna uppnå?

*

Känslor: Vilka känslor uttrycker aktörerna?



Att "göra" fält

Ställ inte frågor eller fäll påståenden som gör att den du studerar själv blir medveten om vad hen gör, t ex "du gick över gatan fast det var röd gubbe?".

Undvik att fråga varför hen gör på ett visst sätt, eller inte gör på ett visst sätt, t ex "varför köpte du en plastpåse på mataffären?". Avvakta istället med frågorna för att se om du får en förklaring genom observation.

Istället för att fråga direkta frågor säg istället: "Snälla, kan du beskriva vad du försöker göra" eller "hur tänker du när du ska göra den här uppgiften".

Försök att minimera din egen närvaro på platsen. Hjälp inte till med saker som kan påverka det du ska studera.

Var tålmodig. Låt den du studerar styra aktiviteterna precis som de alltid gör.

Att "göra" fält

Bjud på dig själv; småprata, dela med dig av vem du är – SKAPA FÖRTROENDE!

Observationsplanen ger en grundläggande struktur för studien men får inte styra hur och vad som händer i fält – VAR FLEXIBEL!

Försök få den du studerar att känna sig som "värden" och/eller "experten". Det är annars lätt att den du studerar ser dig, den som kommer för att studera honom/henne som en auktoritet.



Inga detaljer är
för **triviala**
för att
lämnas därhän.



det vardagliga

**DET GÄLLER ATT
DEKONSTRUERA DET
VARDAGLIGA:**

**Att inte låta sig bromsas
av att det är ett så
"vanligt" fenomen.**



Etnografiska intervjuer

Kan vara formella: planerade,
avskilda och förhållandevis
fokuserade

*

Kan vara ostrukturerade:
oplanerade och spontana

*

Har formen av ett samtal,
flexibla och öppna. Inte fler
än 10 frågor/teman.

Att tänka på när man intervjuar

Spela rollen som naiv outsider som kommer för att lära från informantens perspektiv. Ni måste förklara för den ni ska studera att de ska betrakta er som totalt ovetande om det ni ska studera. Man kan t ex säga: "Jag skulle vilja lära mig om x genom din beskrivning". Då hamnar informanten i auktoritärt överläge.

Använd samma språk/terminologi som den du studerar. Alltså, kunskap om kontext.

VAD-, HUR- och NÄR-frågor uppmuntrar till förklarande svar.

Använd ord som "förklara för mig", "beskriv", "berätta mer om" för att få mer uttömmande svar.

Följ upp genom att fråga VARFÖR.

Var flexibel, ställ kringfrågor, gå inte direkt på fokusfrågor, starta en dialog.

Undvik ledande frågor, "tycker du den här telefonen är bättre än andra du provat?".

Att tänka på när man intervjuar

Låt inte dina egna åsikter och värderingar komma fram i dina frågor.

När någon svarar, undvik "det är bra", "det var tråkigt" osv. Säg istället "intressant", "det var nytt för mig" eller humma bara. Var NEUTRAL!

Viktigast av allt: SONDERA. Be den du studerar att utveckla, elaborera, förklara ett sammanhang, berätta mer, ge mig ett exempel, vad tänkte du på då.... Du kan också summera något som den du studerar berättat för sig och fråga om du förstått rätt.



Verktygslådan

Anteckningsböcker

Pennor med olika färger

Mobiltelefon (kamera,
bandspelare)

Etiketter för anteckningar

- datum, plats, projektkod,
kodnamn på informant osv

Mindset hos en god etnograf



OBJEKTIVITET: Att förhålla sig neutral till sig själv, sina kunskaper, åsikter, fördomar, förväntningar osv.

ICKEDÖMANDE ATTITYD: Var emotionellt neutral i respons till den du studerar, säg inte "det var bra" eller "bra gjort". Ställ inte heller frågor som framkallar en försvarsattityd som "varför gjorde du så där?" eller "hur kunde du ha gjort det bättre?".

GOD LYSSNARE: Lyssna mer än du pratar.

KÄNSLA FÖR KROPPSSPRÅK: Notera kroppsspråk, intonation, ögonkontakt osv.

VÄNLIGHET OCH RESPEKT: Var avslappnad, glad, personlig, bjud på dig själv men visa samtidigt respekt, kräv inte information.

FLEXIBILITET OCH KREATIVITET: Anpassa dig efter situation och person. Se alla etnografiska platser som en möjlighet att nå nya insikter bortom tidigare kunskaper och erfarenheter.



Etnografi är både en vetenskap och en konstform; den kombinerar strukturerad metod med intuition och kreativitet.



"BRA" ETNOGRAFI BEROR PÅ UTÖVARE SOM ÄR SKICKLIGA ATT SÖKA DJUPARE SANNINGAR OCH SOM HAR FÖRMÅGAN ATT ETABLERA FÖRTROENDE MED MÄNNISKOR SNABBT.

etisk hänsyn

Vetenskapsrådets principer

Informationskravet

Samtyckeskravet

Konfidentialitetskravet

Nyttjandekravet

God forskningssed:

- 1) Du ska tala sanning om din forskning.**
- 2) Du ska medvetet granska och redovisa utgångspunkterna för dina studier.**
- 3) Du ska öppet redovisa metoder och resultat.**
- 4) Du ska öppet redovisa kommersiella intressen och andra bindningar.**
- 5) Du ska inte stjäla forskningsresultat från andra.**
- 6) Du ska hålla god ordning i din forskning, bland annat genom dokumentation och arkivering.**
- 7) Du ska sträva efter att bedriva din forskning utan att skada människor, djur eller miljö.**
- 8) Du ska vara rättvis i din bedömning av andras forskning.**

(Vetenskapsrådet 2017)

Liten etnografisk uppgift



Du skall göra minst 3 intervjuer med personer du inte känner.

Ta kontakt med någon du möter och be dem visa ett foto de har i mobilen av en person (eller i plånboken om de inte har en mobil). Be dem berätta om personen. Vem är det? Vad har de för relation till personen? Varför valde de just denna person?

Spela in på (voice recorder) / egen mobil.

how to do!

Förberedelse

1. Introduktion av dig och ditt 'projekt'
2. Fråga om du får spela in
3. Ställ dina frågor
4. Avsluta intervjun
5. Testa utrustning

Genomför 3 intervjuer

Lyssna igenom och skriv ner det viktigaste.

Rapport 500-600 ord. **Inlämning 6.7** på respektive studentportal.

Förbered presentation - vi kommer slumpartat att välja ut några som får presentera sina projekt på seminarium den 7 juli.

rapport

500-600 ord. Inlämning senast 6.7 på respektive studentportal.

Rapporten skall innehålla:

Beskrivning av tillvägagångssätt - DIN METOD

- Intro: gav du tillräcklig information? Hur reagerade personen/respondenten du kontaktade? Vad var lätt/svårt?
- Hur funkade själva intervjun? Genomförande - kunde du gjort annorlunda? Vad var lätt/svårt?

Empiriskt resultat

Vad fick du för information? Något oväntat? Stämde beskrivningen som respondenten gav dig överens med vad du själv såg på bilden?

Reflektion:

Vilken intervju fungerade bäst? Varför då? Vilken fungerade sämst?

Hur var relationen till respondenterna?

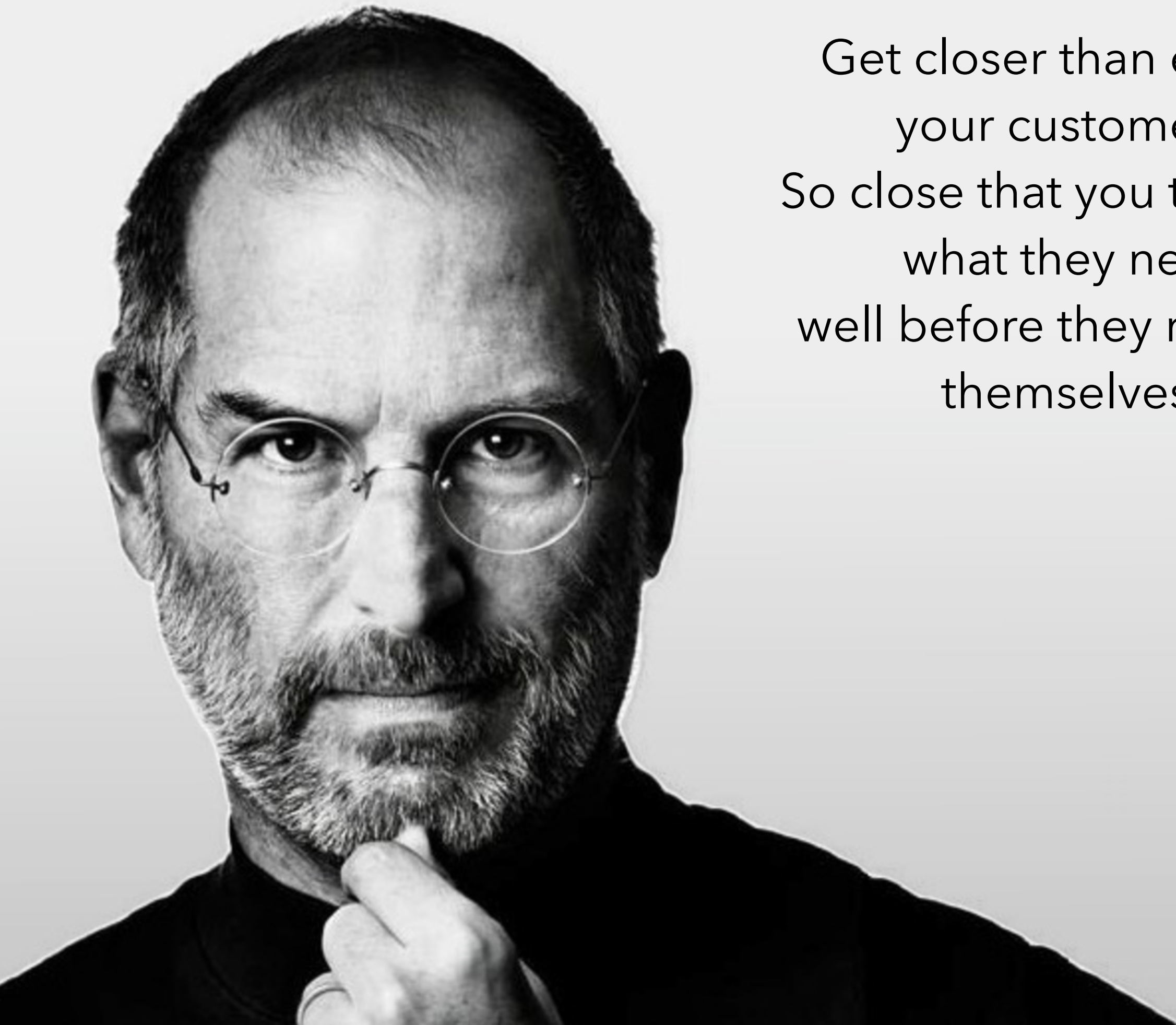
Behövde du ställa andra frågor än vad du tänkt?

Vofför gör di på
dette viset?

presentationen

- Frågor eller påpekande: ställ konstruktiva men kritiska frågor. Det handlar inte om att ha rätt utan om att få veta mer!
- Referera gärna till kurslitteraturen!





Get closer than ever to
your customers.
So close that you tell them
what they need
well before they realize it
themselves.

Steve Jobs

If you want to understand how a lion hunts,
don't go to the zoo. Go to the jungle.

Kevin Roberts, CEO Worldwide Saatchi & Saatchi





Etnografens arbete...

... är som att
"vada ut i en flod
och studera den medan
den flyter förbi".

Thomas Hylland Eriksen

Tack för idag!
Vi ses igen den 7 juli i Uppsala klockan 10.15.
Entré ingång 3L, sal 16-0043

Katarina Graffman
katarina.graffman@antro.uu.se



Lotta Björklund Larsen
lotta.bjorklund-larsen@socant.su.se



→ www.digitaletnografi.se ←