

# Antropologisk metode

Dokumentation af anvendte antropologiske metoder og kommunikation



**UDARBEJDET AF SMART MOBILITET, AARHUS KOMMUNE**

15. marts 2018

Skrevet af: Liv Maria Stender

# Antropologisk metode

## Dokumentation af anvendte antropologiske metoder og kommunikation

### Antropologi som metodisk afsæt

Smart mobilitet har siden projektets opstart i april 2014 haft stort fokus på borgerinvolvering og kulturforståelse ind i arbejdet med transportvaner. Vi har taget afsæt i og kontinuerligt anvendt antropologiske metoder og tilgange i mødet med aarhusianerne i vores arbejdsområder, da netop den antropologiske metode kan genere indsigt i komplekse problemstillinger om menneskers ageren og måder at tænke på. Det er der brug for, når man arbejder med menneskers hverdagsliv og deres transportvaner og når der arbejdes med blivende adfærdsændringer.

**Antropologisk metode** handler om at aflægge sig forforståelser og antagelser samt at undersøge fænomener og kulturer med åbne spørgsmål og åbent blik. Det handler om at beskrive kompleksitet og dynamik og se kultur som et fælles værested, som alle er med til at skabe. Det handler om at arbejde kvalitativt ud fra en forestilling om, at ingen fortællinger er ens men, at enhver fortælling er med til at afdække en del af vores kultur og, at enhver fortælling er lige vigtig. For at forstå aarhusianernes rationaler bag deres transportmiddelvalg har det været vigtigt for Smart mobilitet at få forståelse og indsigt i den enkeltes hverdag, hvor transport ofte spiller en sekundær rolle i en hverdag fyldt med komplekse udfordringer.

I nærværende artikel beskrives anvendte tilgange og metoder til borgerinvolvering og vidensindsamling, dernæst beskrives kommunikationsstrategier og -indsatser.

### Arbejdet i lokalområder

Smart mobilitet har arbejdet med mindre pilotprojekter i alle vores cases, som er beskrevet tidligere i nærværende evalueringsrapport. Det har vi gjort for at få aktiveret lokale ildsjæle og kickstarte vanebrud hos forandringsparate borgere. Formålet med denne arbejdsform har været at få skabt vanebrud og refleksion omkring transportvaner forankret i lokalmiljøerne og skabe ejerskab og inspiration i de lokale kontekster.

### At lade borgerne komme til orde via blogs og livsfortællinger

Vi har arbejdet med at lade borgere selv sætte ord på deres hverdag og transport. Det har vi blandt andet gjort igennem blogs, som har åbnet for, at borgerne selv har kunnet italesætte netop deres udfordringer i forbindelse med transportvaneændringer.

Blog-elementet i vanebrudsprojekterne bygger på narrativ metode, der er baseret på ideen om, at man kan 'fortælle sig selv' på forskellige måder. Metoden åbner op for at stille spørgsmål, der giver den interviewede mulighed for at se sin fortælling i forskellige perspektiver – og dermed også fortælle den som et dynamisk forløb, der skabes i en dialektik mellem andre og én selv.

Smart mobilitet har i projekterne "Medvind og Modvind", "Early Birds" og "Superpendlerne" anvendt blogs og narrativ metode til at samle viden ind omkring deltageres oplevelser med nye transportvaner. Bloggene har fungeret som en dagbog, hvor deltagerne ugentligt er blevet stillet spørgsmål og har lagt

svar op i form af billeder, videoer og tekst. Her præsenteres man for refleksion over drivere og barrierer i forbindelse med skift i transportmiddel. De tre blogs kan ses på Smart mobilitet under fanen Brugere siger eller direkte på:

### **[www.superpendlerne.smartmobilitet.dk](http://www.superpendlerne.smartmobilitet.dk)**

Superpendlerne var en gruppe borgere fra Beder-Malling, der på siden nedenfor bloggede om deres erfaringer med at skifte bilen ud med tog/bus og foldecykel. Superpendlerne er blevet til i et samarbejde mellem projekt Smart mobilitet ved Aarhus Kommune, Midttrafik og en gruppe omstillingsparate borgere fra Beder-Malling.

### **[www.earlybirds.smartmobilitet.dk](http://www.earlybirds.smartmobilitet.dk)**

Smart mobilitet inviterede med "Early Birds" morgenfriske bilister til at køre tidligere hjemmefra i en periode på tre uger fra 1. december-18. december 2015 – svarende til 14 arbejdsdage.

For at være med i forsøget skulle man være bilist fra Beder-Malling, der primært kørte i retning mod Aarhus i myldretiden og ofte oplevede kø og ekstra køretid i forbindelse med turen til og fra arbejde. Deltagerne skulle i forsøgsperioden være indstillet på at køre markant tidligere hjemmefra for at få erfaring med, hvilket afrejsetidspunkt, der bevirker at man kunne nå sin destination uden at møde betydelig kø.

### **[www.medvind.smartmobilitet.dk](http://www.medvind.smartmobilitet.dk)**

Her bloggede fem ægtepar fra Aarhus syd i perioden maj 2017-oktober 2017 om deres erfaringer med at skabe nye rutiner og transportvaner sammen. De udskiftede i perioden de daglige bilture med elcyklen som blev deres primære transportmiddel til og fra arbejde. Vi fulgte dem i deres hverdag og fik igennem personlige beretninger indblik i vanebrud i praksis.

Et andet element af narrativ metode anvendte Smart mobilitet i opstartsfasen, hvor vi benyttede vores hjemmesiden til formidling af transporthistorier, som vi kaldte "Livsfortællinger". Disse gav udvalgte borgere en mulighed for at formidle deres hverdag og transportvaner.

Livsfortællinger som genre åbner for identifikation, der er altid noget, man som læser vil kunne genkende. Men der er også altid noget, der vil være anderledes; ideen om normalitet bliver udfordret. Flere livsfortællinger side om side skaber nuancering og kompleks individ- og kulturforståelse. Menneskers forskellige kampe, overbevisninger, bekymringer – og forskellige drømme, veje og muligheder bliver tydelige igennem fortællingerne. Den kulturelle ramme er fælles og kendt – men også mulig at udfordre og at bryde.

Livsfortællinger kan skabe empati og inspirere. Mønsterbryderhistorier som vi søgte at formidle igennem vores "Livshistorier" kan skabe håb, mod og åbne nye veje og muligheder. Vi har altså brugt livsfortællingerne til at få en dybere forståelse af de værdier, den enkelte strukturerer sit liv ud fra, men historierne er også blevet brugt med

det formål at kickstarte borger-til-borger kommunikation omkring det at tage andre og nye valg i forhold til transport. Livsfortællinger kan læses på Smart mobilitets hjemmeside under fanen Brugerne siger.

### Brug af Facebook

Udover blogs har deltagere i alle vanebrudsprojekter fået en fælles lukket facebookgruppe, her har de kunnet komme i kontakt med hinanden, udveksle tips og tricks og nemt komme i kontakt med Smart mobilitet. Det har også været her alle fælles arrangementer med borgerne er blevet formidlet.

### Vanebrud og ambassadører

I arbejdet med at aktivere aarhusianerne i Smart mobilitets cases har vi fokuseret på at skabe synlige ambassadører i lokalområderne.

For at skabe synlighed omkring konkrete vanebrud har Smart mobilitet udstyret alle deltagere i vores casestudier med jakker i prangende farver. Det har bevirket, at transportvaneændringer har været synlige i byens rum særlig i vores største case Beder-Malling, hvor der kontinuerligt har cyklet beboere rundt med blå og orange jakker og dermed gjort reklame for skiftet fra bil til cykel via henvisninger til deres vanebrudsprojekt på jakkerne. Der har været skriggrønne superpendlere, der har synliggjort muligheden for at kombinere cykel og bus i området. På den måde har vi aktiveret de lokale, og jakkerne har skabt synlighed og genereret mange samtaler om transportvaner borgerne imellem.

Deltagerne i vores cases har været en god indgangsvinkel til lokalområderne, og vi har igennem hele projektet haft stort gavn af at samarbejde med dem. De har deltaget i workshops med direktør og rådmænd, lige som de har været vores vej ind i lokalområderne, når vi har manglet deltagere til andre projekter eller undersøgelser.

### Feltarbejde

I etnografien anses det som relevant at strukturere undersøgelser ud fra et såkaldt "bottom-up" perspektiv, hvor man igennem egne erfaringer med feltet og de mennesker, der befinder sig deri, kan tilegne sig viden om ens problemfelt. Det kan man blandt andet gøre via feltarbejde, som Smart mobilitet særligt har anvendt i forbindelse med vores case "en kommunal arbejdsplads". Her har projektets antropolog ad to omgange været på feltarbejde på et lokalcenter for at tilegne sig viden om transportvaner i arbejdstiden med det formål at komme med anbefalinger til, hvordan man fremadrettet kunne arbejde med sundhedssektoren og de ansatte i relation til transportvaneændringer.

Antropologiens bottom-up-perspektiv lægger vægt på erkendelsen af, at den subjektive menneskelige erfaring er vigtig at få belyst, hvis man skal tilegne sig viden "i dybden". Dette syn på mennesket har nogle klare metodiske implikationer, idet man må finde en måde, hvorpå handlinger og betydningsdannelser kan belyses.

Etnografien og de etnografiske værktøjer bliver i den forbindelse særdeles vigtige, idet en af etnografiens mest benyttede metoder er deltagerobservation. Projektets antropolog har indsamlet viden gennem deltagerobservation, observation samt drive-along interviews og fire fokusgruppeinterviews på Lokalcenter Møllestien. Formålet med at benytte denne metode har været at få en dybere forståelse for personalets hverdag og få tydeligt gjort barrierer og potentialer i arbejdsdagen, der kan have påvirkning på transport i arbejdstiden. Igennem feltarbejdet fik Smart mobilitet zoomet ind på de ansattes hverdag. Vores opgave var at følge med brugeren, og i den tid, vi var sammen med dem, havde de vores fulde opmærksomhed. En vigtig metode i deltagerobservationen er "etnografisk smalltalk", der ikke skal forveksles

med almindelig smalltalk. Der er en metodik bag. Man spørger oftest ind til udsagn, man i normal smalltalk tager for givet. Det er bevidst for at lytte og føre samtalen i en given retning. Det er væsentligt, at feltobservatøren er klar over og indstillet på, at man påvirker undersøgelsesdeltageren så lidt som muligt med egne udsagn. Deltageren/deltagerne er hovedpersoner. Værdibaserede holdninger og egne udsagn er ikke interessante. Vi skal ikke validere, dømme eller vurdere det der bliver sagt. Det er vigtigt ikke for hurtigt at skifte samtaleemne, da det kan tage tid at tilegne sig tilstrækkelig viden og forståelse for et givent emne.

Feltarbejdet i denne kontekst har bidraget til, at vi har kunnet udvikle konkrete løsninger ud fra et medarbejderperspektiv, der kan fremme en høj mobilitet og dermed måske også en forbedret sundhed og højere grad af oplevet trivsel hos de ansatte, hvis dagsordenen bliver grebet af lederen på stedet.

Procesbeskrivelse og resultater fra undersøgelsen på Møllestien kan læses på Smart mobilitets hjemmeside under fanen Rapporter.

### Interviews og probes

Ud over feltarbejde har Smart mobilitet ofte benyttet interviews kombineret med ”mobile probes” til tilvejebringelsen af kvalitative data. Alle interview foretaget i regi af Smart mobilitet har været semi-strukturerede interviews, hvor tematikker er fastsat på forhånd men med en struktur, der har givet plads til, at interviewpersonerne har kunnet sætte nye temaer på dagsordenen. Vi har anvendt tre forskellige interviewtyper inden for det semistrukturerede interview:

1. Fokusgrupper
2. Enkeltinterviews
3. Drive-along interviews, hvor der interviewes mens respondenter fx er på vej til og fra arbejde

Fokusgruppeinterviews har været anvendt ved de vanebrudsprojekter, hvor mange deltagere har været igennem samme vanebrud, og hvor vi derfor har vurderet, at dialog og debat deltagerne imellem har kunnet bidrage til mere en nuanceret indsigt i adfærdsændringerne.

### Mobile probes

Udvalgte familier/nøglepersoner har i forbindelse med forskellige projekter blandt andet innovationsprojekterne ”Superskiftet” og ”Trængsel indefra” fået mulighed for i en begrænset periode (oftest en uge) at dokumentere elementer i deres liv via forskellige virkemidler, som alle kan beskrives som ”mobile probes”, forstået som spørgsmål/opgaver, der kan tages med undervejs i en travl hverdag. Elementer i disse mobile probes har været:

- **Spørgsmålskort med svarfelt**
- **Kamera.** Opgaven kunne lyde: ”tag hver morgen et billede, der beskriver hvordan dagen starter og derefter din tur til arbejde”
- **Dagbog/diktafon.** Her har respondenter mulighed for undervejs at beskrive deres oplevelser med få ord tanker umiddelbart efter transporten har fundet sted.
- **Kort.** Opgaven kunne lyde: ”tegn dine daglige ture ind på kortet noter hvilket transportmiddel du brugte”
- **Spørgsmål man har kunnet besvare via en blog on-the-go**

Målgruppen for disse probes har oftest været travle familier, med begrænset tid til interviews og fysisk indblanding i hverdagen. De mobile spørgsmålskit har givet mulighed for at indsamle data fra brugerne uden, at vi forstyrrede deres hverdag i nævneværdig grad.

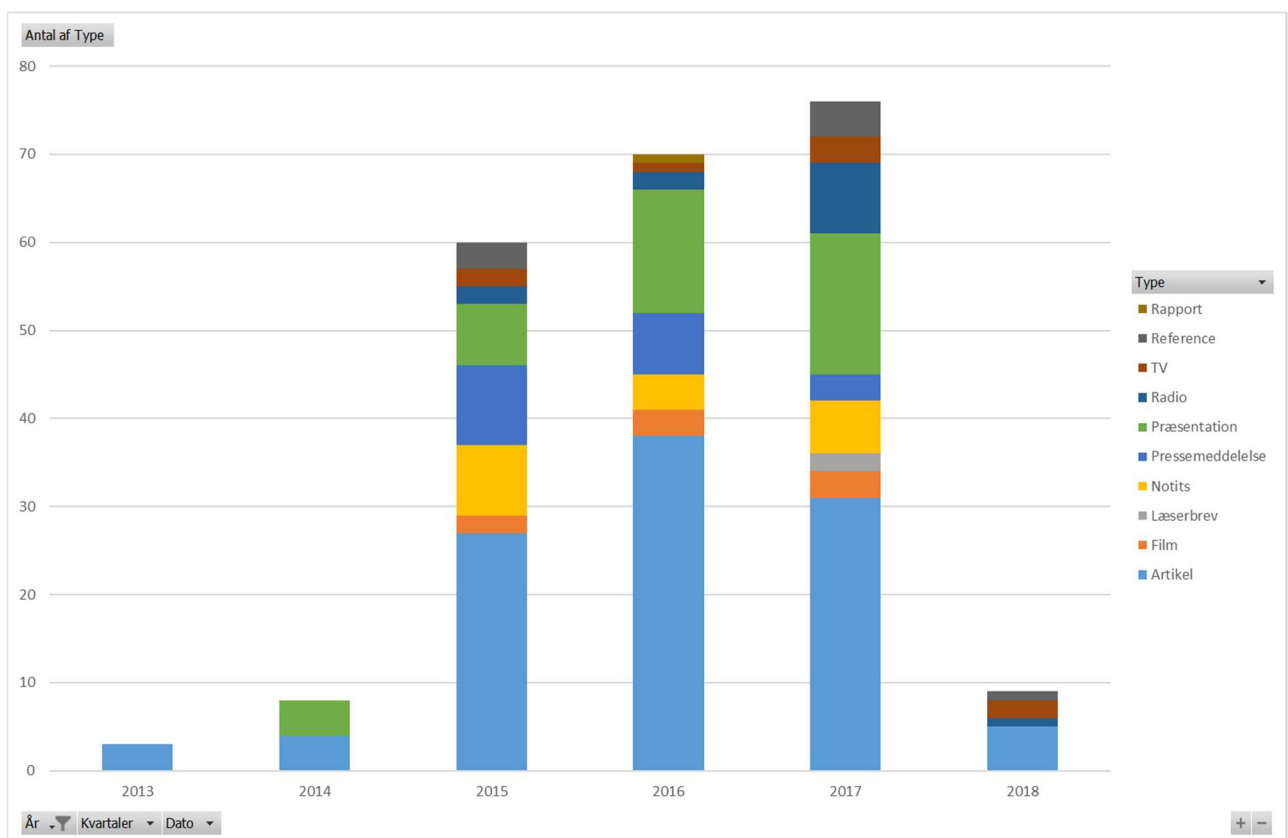
## Kommunikation

Smart mobilitet har fra start haft en klar ambition om at lade kommunikationen omkring ændring af transportvaner flyde igennem borgernes egne erfaringer med konkrete vanebrud. Dermed har vi i den første periode af projektet, hvor vi indsamlede viden og rekrutterede borgere, ikke kommunikeret aktivt ud.

Først, da Aarhusianerne var aktiverede og i gang med konkrete vanebrud, begyndte vi at tippe pressen – særligt lokal radio som P4 og TV – om vores projekter. Mindre casestudier, hvor borgerne er aktive selv, har været et godt og konstruktivt værktøj i arbejdet med at kommunikere mobilitet og adfærd, som igennem borgernes fortællinger bliver vedkommende og lette at relatere sig til for andre.

Nedenfor illustreres projektets kommunikationsaktiviteter i perioden 2014 - 2017. Her illustreres tydeligt, at der i projektets opstart blev brugt energi på at indsamle viden, projektudvikle og rekruttere deltagere til projekterne, hvor der i de følgende år har været kommunikeret mere aktivt omkring konkrete projekter.

For en udførlig liste over kommunikationsaktiviteter i Smart mobilitet henvises til Smart mobilitets hjemmeside. Under fanen Kommunikationsaktiviteter findes et stort udvalg af pressemeddelelser, artikler, radio- og tv-indslag mv.



## Udstilling

I uge 14 2016 udstillede Smart mobilitet projektet som en del af vores kommunikation omkring adfærd. Udstillingen hed *"Livet i bevægelse - en udstilling om transport og vanebrud i hverdagen"*, og havde borgernes vanebrud og hverdag i centrum. Den bestod af billeder og video fra vores casestudier, der fortalte levende og letgenkendelige historier om transport, nye vaner, levet liv og hverdag. Man kunne i udstillingen møde aarhusianske vanebrydere, der havde udfordret deres gængse måde at transportere sig på. Der var blandt andet bilister, der havde valgt at bruge el-cyklen som primært transportmiddel, delebilister, en kombinationsrejsende og skolebørn, der fulgtes til skole i en gåbus.



I udstillingsområdet havde besøgende også mulighed for at lave et pendlertjek på egne ture målt på tid, penge, CO<sub>2</sub> og sundhed. Vi ønskede med udstillingen at lave en platform hvor en bred skare af aarhusianere kunne få inspiration til at gentænke deres transport. DOKK1 har dagligt 3.600 besøgende og fungerer rigtig godt til det formål, da det som populært mødested for en bred vifte af aarhusianere er et sted, der taler til mange forskelligartede målgrupper i Aarhus.

Find Pendlertjek-løsningen, som Smart mobilitet udviklede i samarbejde med Midttrafik baseret på en løsning udviklet af MOVIA. Pendlertjek kan tilgås underfanen Pendlertjek.

## Kommunikation via Facebook

Smart mobilitet har fra projektets opstart haft en facebookgruppe dedikeret til at kommunikere historier ud omkring adfærd og mobilitet. Smart mobilitets Facebookgruppe har i februar 2018 560 følgere.

Vi har primært brugt facebookgruppen til involvering og rekruttering af borgere, ligesom mange opslag også har været inspirationsopslag. Udover at bruge Facebook som kommunikationskanal, har Smart mobilitet i alle casestudier, hvor grupper af borgere har været involveret brugt Facebook som digitalt samlingssted, hvor deltagerne i vanebrudsprojekter har kunnet komme i kontakt med os, erfaringsudveksle med hinanden og koordinere fælles arrangementer mv.

## Konklusion

I arbejdet med de forskelligartede cases har det været givtigt at tilegne sig nuanceret viden om område, kontekst, målgruppe og kerneproblematikker, der har dannet en solidt grundlag for hvilke projekter vi har sat i gang i som en del af Smart mobilitet, og hvordan vi har involveret de forskellige målgrupper.

Det er Smart mobilitets klare erfaring, at man kommer langt med inddragelse og kontinuerlig kommunikation i lille lokal skala. Igennem samarbejde med lokale borgere og interessenter er der skabt dialog og inspiration omkring vanebrud, og hos udvalgte borgere er vi lykkedes med at fastholde adfærdsændringer særligt i forhold til aktiv transport.

Men dialog, refleksion, adfærdsændringer kræver, at man som projektejer er massivt tilstede i lokalområderne, at man vender tilbage, at man kommunikerer de samme historier på nye måder, at man understøtter vanebrudsprojekter og at man har stort fokus på kommunikation.