



Historiefortelling i design


Aurora Nicolaisen Brun

Industriell design

Innlevert: juni 2018

Hovedveileder: Johannes Sigurjonsson, ID

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Institutt for design



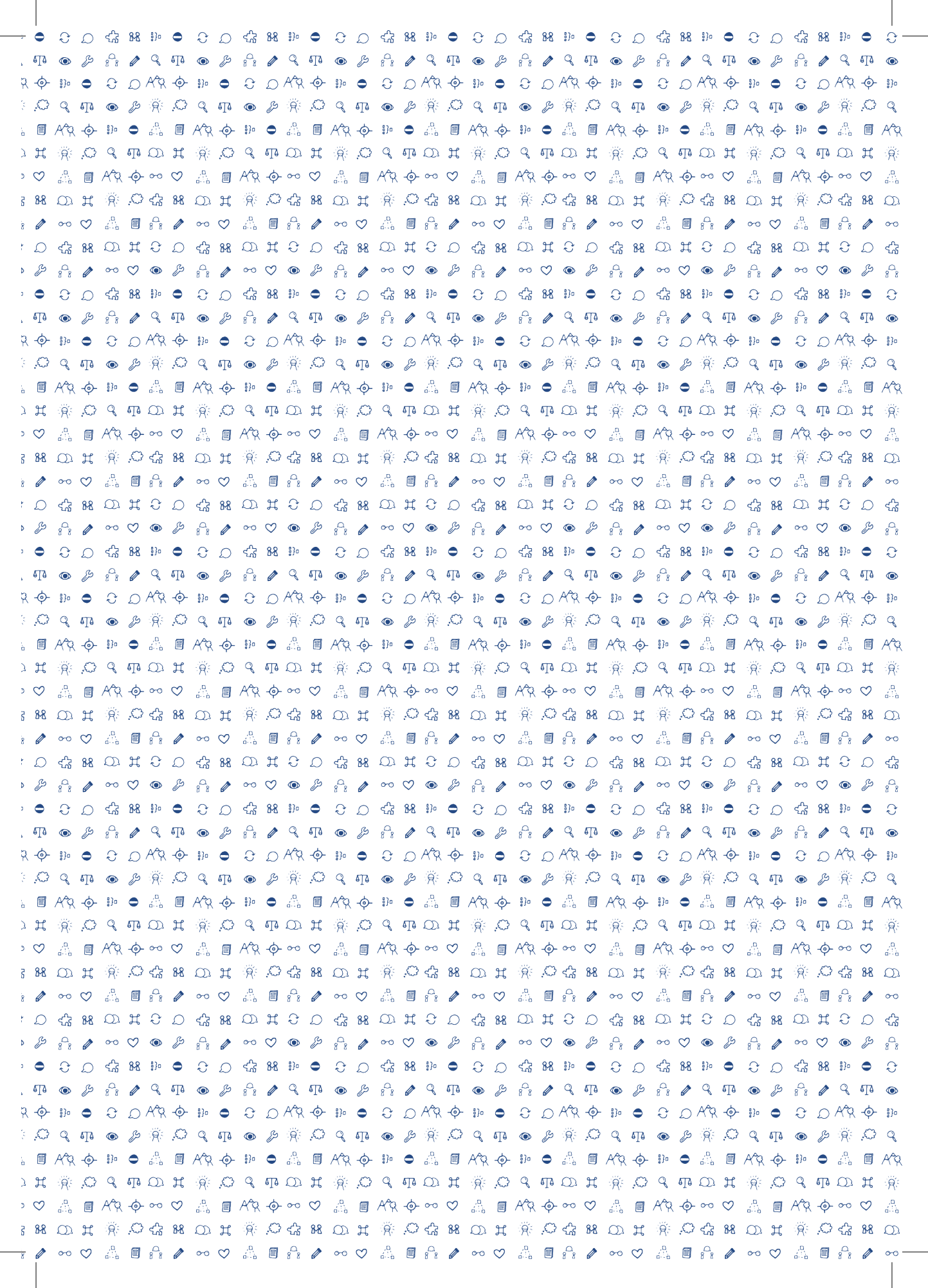
Historiefortelling i design

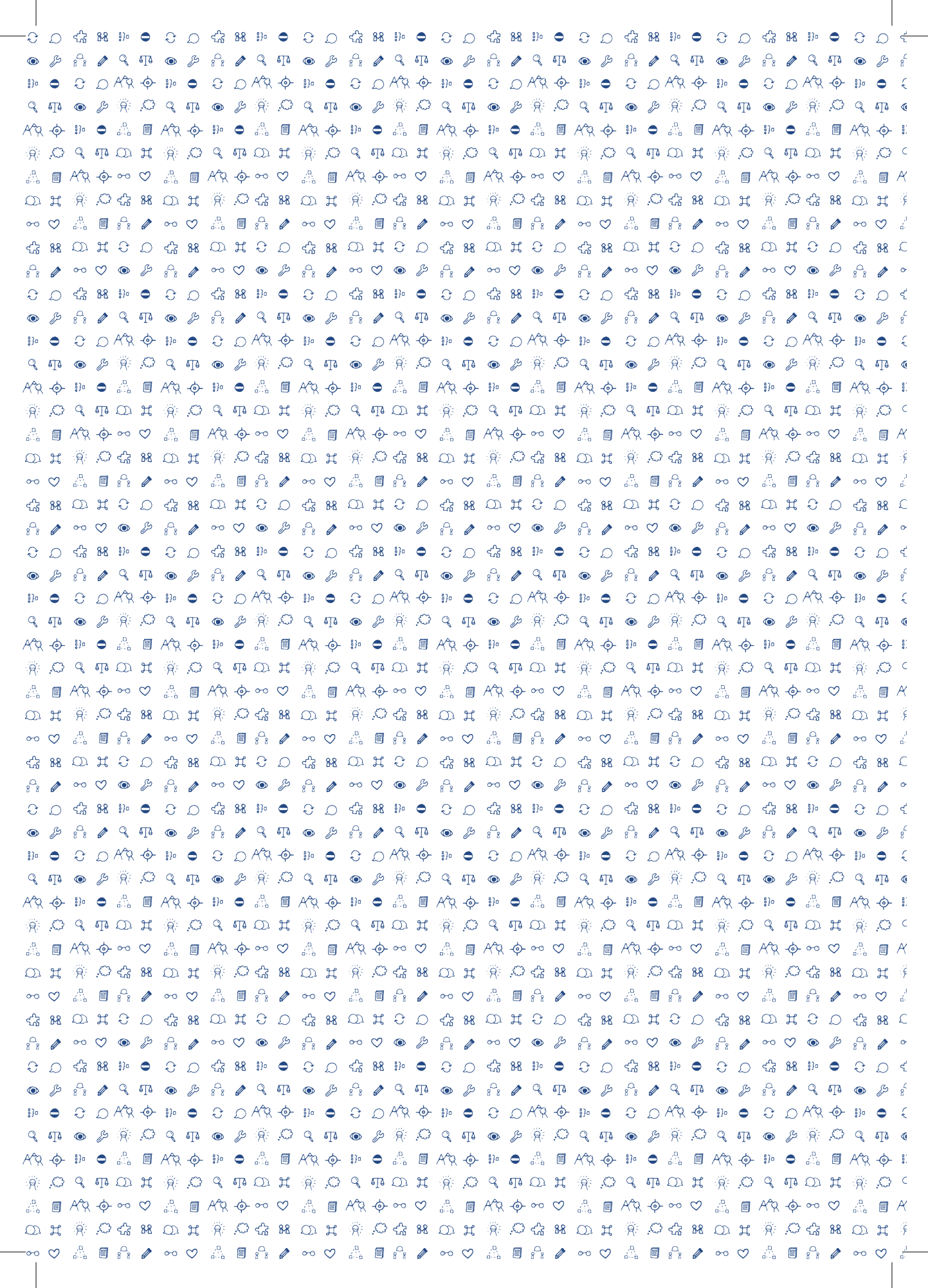


Historiefortelling i design

En masteroppgave skrevet av Aurora Nicoalsien Brun
Institutt for design
Norges teknisk-naturvitenskaplige universitet, NTNU
Juni 2018

Hovedveileder: Jøhannes Sigurjónsson
Biveileder: Marikken Høiseth





Forord

Denne masteroppgaven er skrevet av Aurora Nicolaisen Brun ved Institutt for design, NTNU.

En kveld i desember 2017 satt jeg på kjøkkenet. Jeg hadde fått gode tilbakemeldinger på oppgaven jeg hadde skrevet den høsten. Jeg snakket med pappa på telefonen og merket mitt eget engasjementet. Det ble tydelig for begge to at kombinasjonen av historier og design var et tema jeg ikke var ferdig med.

Sammenliknet med flertallet av masteroppgaver skrevet ved Institutt for design skiller denne seg ut som teoretisk tung og relativt lite praktisk. Valget å skrive en teoretisk masteroppgave ved et institutt som leverer en relativt prosjektbasert og praktisk utdanning ble tatt basert på flere intensjoner. Å gå i dybden på et tema som historiefortelling tvinger en til å ta stilling sitt eget fag. Gjennom teoretisk utforskning av designmetodikk kunne det opparbeides tyngde og gjennom praktisk utforskning, erfaring. Målet med oppgaven var å utvide egen forståelse og å kommunisere denne nye forståelsen. Slik kunne jeg kanskje oppnå ny interesse for historiefortelling i design ved Institutt for design, NTNU.

Først vil jeg takke min hovedveileder Jóhannes Sigurjónsson for oppmuntring til å sveve så lenge så mulig og for å hjelp til å holde bena på bakken. Jeg vil også takke min biveileder Marikken Høiseth som har vært entusiastisk for prosjektet siden starten i august 2017.

Jeg vil takke fagpersoner som har delt av sin kunnskap og erfaring i intervjuer og samtaler for og om min masteroppgave, Marit Ursin, Aksel Tjora, Torill Moen, Jonas Asheim, Ingvill Hoffart, Kristin Wigum, Matthijs van Dijk og Brita Nielsen. Tusen takk til medstudenter og venner som har tatt seg tid i hverdagen til å stille opp på aktiviteter og samtaler for mitt designprosjekt.

En stor takk til min familie, spesielt til Turid og Herman, mamma og pappa, for støtte, engasjement og tilbakemeldinger. Takk også til Andrea, Bernard, Aurelius, Arthur, Johan og Saga.

Stor takk rettes til medstudenter og venner som har gjort de siste fem årene uforglemmelige. Spesielt takk til Sigve, Karoline, Alex, Christer, Ellen og alle kvinnene i DeKor.

Aurora N Brun

Sammendrag

Målet for arbeidet med denne oppgaven har vært å utforske mulige verdier av historiefortelling for designere og å formulere anbefalinger basert på denne utforskingen. Forskningsspørsmålet som har blitt forsøkt besvart er *“Hvordan kan historier og historiefortelling benyttes som et instrument for å skape forståelse i en designkontekst?”*.

Det ble gjennomført en litteraturstudie og intervjuer med forskere for å få innblikk i hva historier betyr for mennesker. Ut fra disse ble et sett med temaer trukket ut og beskrevet. Disse belyser hvorfor og hvordan mennesker forteller historier. Anvendelser av historier i forskning blir også beskrevet. Med basis i temaene ble det foreslått anvendelser for en designer

Deretter ble det gjennomført intervjuer med designere for å få et dypere innblikk i hva historier kan bety for designere. Ut fra samtalene ble et sett med temaer trukket ut og beskrevet. Disse temaene beskriver forskjellige aktiviteter og tilnærminger til historiefortelling i design. Med bakgrunn i temaene og resultatene fra foregående del ble anvendelser for designere foreslått.

Med bakgrunn i foreslåtte anvendelser av historiefortelling i design ble et designprosjekt gjennomført. Dette ble gjennomført med en case som omhandlet å få hjelp fra eller å hjelpe fremmede. Designprosjektet utforsket anvendelsen av historier i design gjennom historiedrevne aktiviteter.

Det endelige resultatet av oppgaven er todelt. Gjennom oppgaven har et forslag til Historiedrevet design blitt utarbeidet. Her beskrives en tilnærming til design med historiefortelling som kjerneprinsipp og en verktøykasse med historiedrevne aktiviteter. Oppgavens resultat er også temaene fra arbeidet med å forstå hva historier betyr for mennesker og hva historier betyr for designere. Disse konkretiseringene av sider ved historiefortelling forklarer sammen hvordan og hvorfor historiefortelling kan skape forståelse i designarbeid. Narrativer berører kjernen av det å være menneske og bruken av historiefortelling kan være en menneskelig forankring i en designprosess.

Abstract

The aim of the work in this thesis has been to explore possible values of storytelling for designers and to formulate recommendations based on this exploration. The research question posed was *“How can stories and storytelling be used as an instrument to create understanding in a design context?”*.

Interviews with researchers and a literature study was conducted and to gain insights into what stories mean to humans. Based on these, a set of topics was extracted and described. These describe why and how people tell stories. Utilization of stories in research are also described. Based on the topics, applications for designers were proposed.

Subsequently, interviews with designers were conducted to get a deeper insight into what stories can mean to designers. Based on the conversations, a set of topics was extracted and described. These topics describe different activities and approaches to storytelling in design. Based on the themes from this and from the previous section, applications for designers were proposed.

Based on proposed applications of storytelling in design, a design project was carried out. The project was completed with a case that dealt with getting help from or helping strangers. The design project explored the application of stories in design through history-driven activities.

The final result of the assignment is twofold. Through this assignment, a proposal for Narrative-driven design has been drafted. This is an approach to design with storytelling as a core principle and a toolbox with story-driven activities. The result of the thesis is also the topics from the work of understanding what stories mean to humans and what stories can mean to designers. These concretizations of facets of storytelling explain how and why storytelling can create understanding in design work. Narratives are at the core of human experience and the use of storytelling can be a human anchoring in a design process.

Innholdsfortegnelse

Del 1

Innledning

Introduksjon	s. 4
Bakgrunn	s. 8
Proessen	s. 14
Oppgavens oppbygning	s. 18

Del 2

Hva betyr historier for mennesker?

Metode	s. 25
Resultater	s. 30
Anvendelser	s. 60
Refleksjoner	s. 66

Del 3

Hva betyr historier for designere?

Metode	s. 70
Resultater	s. 75
Anvendelser	s. 102
Refleksjon	s. 106

Del 4

Utforskning gjennom designprosjekt

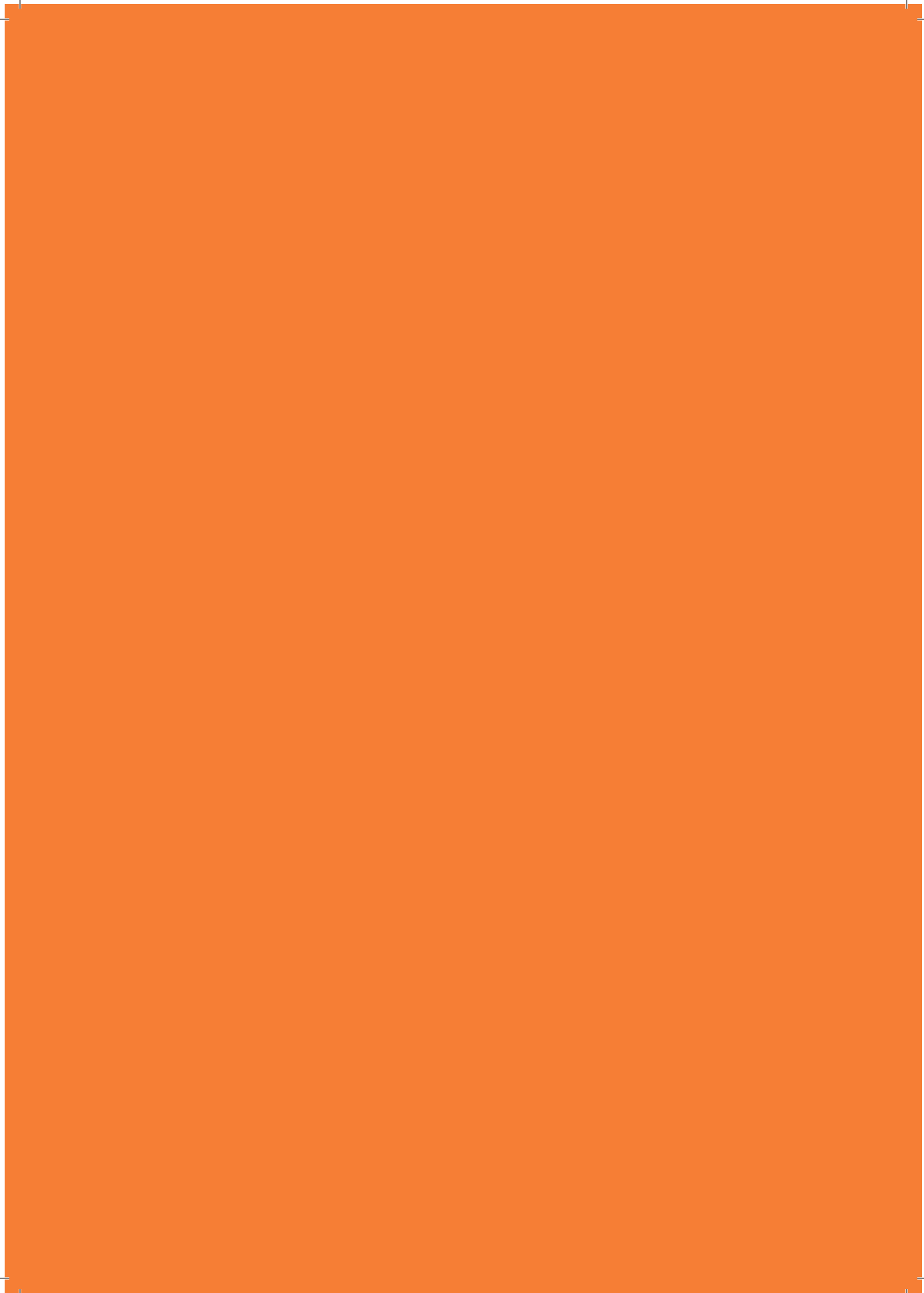
Designprosjekt	s. 110
Målhistorien	s. 114
Grppesamtaler	s. 116
Alternative historier	s. 124
Samskriving	s. 130
Kommunikasjon	s. 142
Diskusjon og evaluering	s. 145

Del 5

Denouement

Konklusjon	s. 148
Historiedrevet design	s. 152
Diskusjon og evaluering	s. 160
Videre arbeid	s. 164
Bibliografi	s. 166

Vedlegg	s. 173
---------	--------



*Historiefortelling
i design*

Del 1

Innledning

Følgende kapittel inneholder introduksjonen til og bakgrunnen for oppgaven.

s. 4 *Introduksjon*

s. 8 *Bakgrunn*

s. 14 *Proessen*

s. 18 *Oppgavens oppbygning*

Introduksjon

Bakgrunnen for denne oppgaven var mitt ønske om å forstå mulighetene som ligger i å bevisst og taktisk bruke historiefortelling i designarbeid, med fokus på innsiktsbyggende arbeid.

Høsten 2017 gjennomførte jeg et utforskningsprosjekt for å forsøke å forstå historiefortelling i design. Dette prosjektet bestod i litteraturstudier og utprøvende arbeid. I prosjektet ble verdiene som ligger i historiefortelling og anvendelser av disse verdiene lokalisert. Verdiene var følgende:

Virkelighetsnærhet og empati

Fantasi, følelser og motivasjon

Vleksibilitet og kontekstavhengighet

Sosial naturlighet

Anvendelsene av verdiene ble tilknyttet fire designaktiviteter. Disse var følgende:

Innsiktsarbeid

Konseptutvikling

Prototyping

Kommunikasjon

Jeg utforsket mulighetene som lå i å bruke historier som verktøy i design gjennom en case. Utforskingen resulterte i et sett med anbefalinger og refleksjoner, men mest av alt i en utvidet nysgjerrighet. Jeg opplevde på slutten av prosjektet at jeg kun hadde skrapet overflaten av historier og historiefortelling og hva det kunne bety for en designer.

Masteroppgave for student Aurora Nicolaisen Brun

Historiefortelling i design

Storytelling in design

Likhetene mellom en historie og en opplevelse er umiskjennelige. Historier er verktøy folk bruker til å organisere og gi mening til opplevelsene sine og historiefortelling er kommunikasjonen av disse opplevelsene med mål å gjøre seg selv forstått. Mennesker er i sin natur historiedrevne og historier kan gjøre det mulig for designere å basere sitt arbeid på en ekte, levd kontekst.

Oppgaven har sitt opphav i arbeid gjennomført av Aurora Nicolaisen Brun høsten 2017. Dette arbeidet var et forsøk på å besvare følgende spørsmål: Hvordan kan historier og historiefortelling avdekke viktig informasjon i en designprosess? Arbeidet resulterte i hypoteser om verdien av og bruksområder for historier i design.

Oppgaven vil ha hovedfokus på historier og historiefortelling som innsiktsskapende verktøy. Oppgaven tar utgangspunkt i følgende spørsmål: Hvordan kan historier og historiefortelling benyttes som et instrument for å skape forståelse i en designkontekst?

Oppgaven skal inneholde:

- Litteraturstudie
- Intervjuer med designere og andre fagpersoner
- Utforskning av utvalgte hypoteser om historier i design
- Formulering av anbefalinger til bruk av historier i designpraksis

Oppgaven utføres etter "Retningslinjer for masteroppgaver i Industriell design".

Ansvarlig faglærer: Jóhannes Sigurjónsson

Utleveringsdato: 12. januar

Innleveringsfrist: 7. juni



Jóhannes Sigurjónsson

Faglig veileder

Trondheim, NTNU, dato

17.01.2018



Ole Andreas Alsos

Instituttleder

Introduksjon

Forskningsspørsmålet

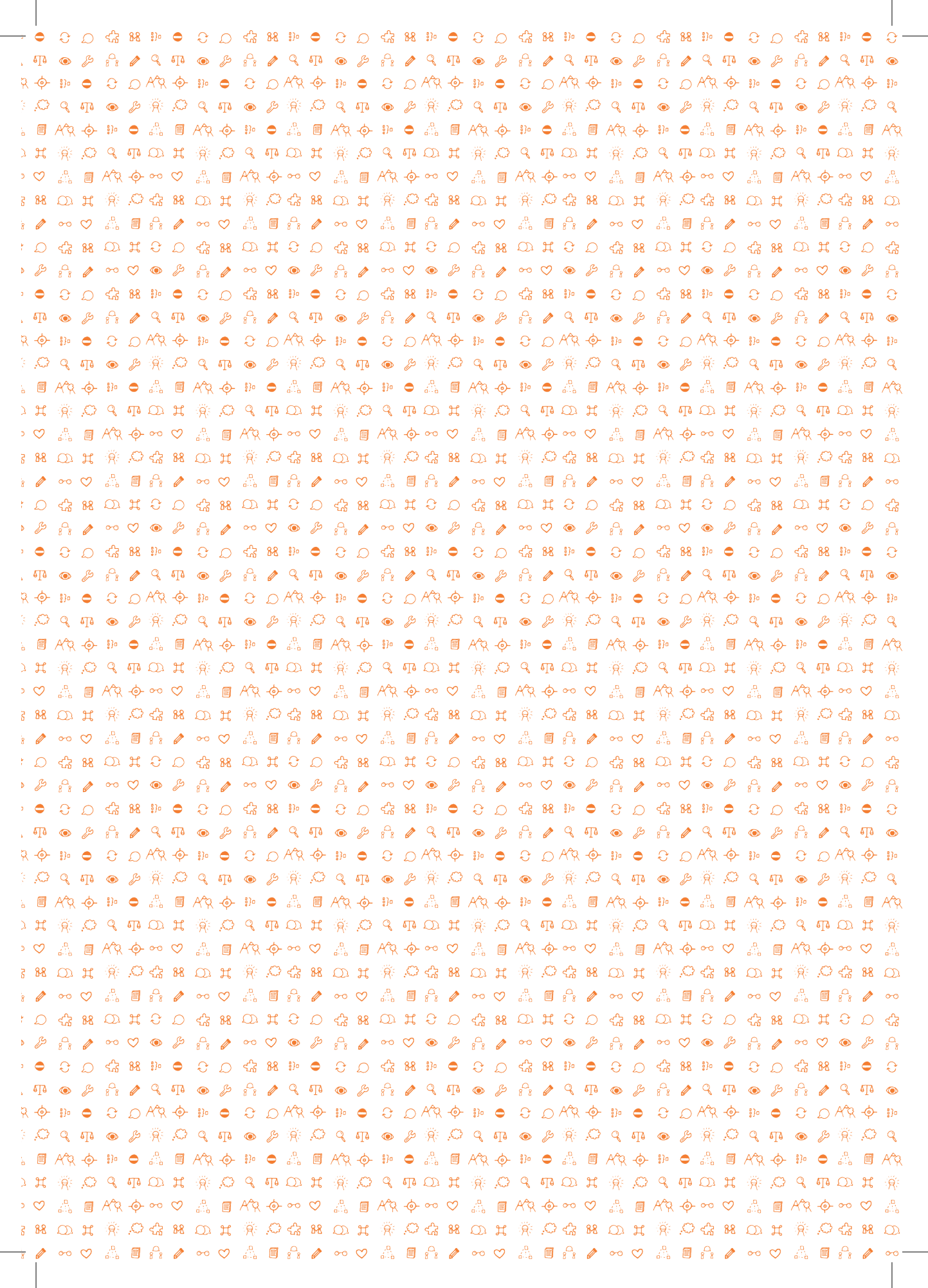
Denne oppgaven har hatt som mål å besvare følgende spørsmål:

“Hvordan kan historier og historiefortelling benyttes som et instrument for å skape forståelse i en designkontekst?”

Prosjektet jeg gjennomførte høsten 2017 viste at det finnes en god del litteratur om historiefortelling i design, men da gjerne som meget spesifikke verktøy. Quesenbery og Brooks (2010) har utgitt en bok med navn *Storytelling for User Experience* som er et av de mer omfattende verkene som beskriver temaet generelt. Denne boken beskriver dog i stor grad verdien av historiefortelling for en interaksjonsdesigner og blir dermed til en viss grad begrenset av dette fokuset.

I denne oppgaven stilles spørsmål om hvordan designere kan benytte seg av historiefortelling i sitt arbeid. Forskningsspørsmålet leder til utforskning av hva historier kan bety for et bredt spekter av designaktiviteter og designkontekster, med fokus på forståelsesskapende arbeid. Spørsmålet legger designeres behov for forståelse som grunnlag og antyder at historier og historiefortelling kan anvendes til å oppnå denne forståelsen. Designere har behov for å utvikle dypere forståelse både for menneskene, kontekstene og problemene de jobber med. For å forstå hvordan historier og historiefortelling kan skape forståelse er det også nødvendig å forstå hvorfor.





Bakgrunn

Designteori

Det finnes mange modeller for og beskrivelser av designpraksis. Jeg har i denne oppgaven basert deler av mine refleksjoner på Kees Dorst beskrivelser av og refleksjoner rundt designerens aktiviteter. Kees Dorst ser på design som en av de vageste og mest komplekse måtene et menneske kan løse et problem (Dorst, 2017, s. 186). En kan tenke seg at designeres mandat bør være å skape positive endringer i et individs opplevde virkelighet. Designeres oppmerksomhet er rettet mot problemet, ikke mot løsningene og ved å forstå problemet kan designeren foreslå en mengde løsninger (Dorst, 2017, s. 26).

Kees Dorst (2017, s. 11–14) beskriver designerens logikk som *designabduksjon*. I et logisk resonnement finnes objekter, relasjoner og resultater. Designabduksjon er en form for logikk hvor tenkeren kun kjenner til resultatet av en større sammenheng, men ikke relasjonene og objektene som finnes bak.



For eksempel kan målet med et prosjekt være at en person skal komme opplagt på jobb. Dette er resultatet i resonnementet. Hun vet hvilken effekt designet skal ha på mennesker og med basis i dette må hun lage en ramme for hvordan å skape denne effekten. Designeren vet altså ikke hvordan personen skal bli opplagt, men kan foreslå rammer som kan lede til opplagthet.

For eksempel kan personen drikke kaffe, legge seg tidlig eller trene før jobb. Designeren må først velge en ramme for problemet før hun kan begynne å designe en løsning.



La oss si at hun velger tidlig leggetid. Da er relasjonen mellom personens opplagthet og det designede objektet at objektet får personen til å legge seg tidlig. Først når rammen, eller relasjonen, er definert kan designere begynne arbeidet med å designe objektet. Nå kan altså designeren foreslå en løsning, for eksempel en sengetidsklokke som ber personen legge seg tidlig om kvelden.



Målet til en designer bør, som Dorst skriver, handle om effekter (Dorst, 2017, s. 39). Hensikten med å designe er effektene av designet når det spiller seg ut i en persons opplevelse. For å strekke oss mot denne effekten er vi nødt til å forstå. Dorst skriver at designerens intuisjon må bli utvidet ved hjelp av research for å få en dypere forståelse for menneskers liv og verdier (Dorst, 2017, s. 139). Vi er altså nødt til å forstå menneskene vi designer for og virkelighetene deres liv spilles ut i. Vi kaller gjerne dette forståelsesskapende arbeidet *innsiktsarbeid*.

Bakgrunn

Innsiktsarbeid

Det er vanskelig å finne konsensus eller konsise beskrivelser av hva innsiktsarbeid er for en designer. Dette kan skyldes at *designforskning* og *innsiktsarbeid i design* begge omtales som *design research* på engelsk. Det har også vist seg vanskelig å finne beskrivelser av hva designere mener beskriver god innsikt eller forståelse.

Innsiktsarbeid blir gjerne beskrevet som starten av en designprosess. I *Double Diamond*-modellen (Council, 2006) beskrives første fase av designprosessen slik: "Discover - The start of the project. Designers try to look at the world in a fresh way, notice new things and gather insights". I Googles *Design Sprint* («Design Sprint Kit», udatert) heter første fase av arbeidet "Understand", i den inngår aktiviteter som brukerintervjuer og empatibyggende aktiviteter. I *Universal Methods of Design* (Hanington & Martin, 2012) beskrives utforskning, syntese og designeffekter som andre fase i designprosjekter. Slik legger autoriteter føringer for unge designeres forståelse av innsiktsbyggende arbeid som en avgrenset periode og starten av et designprosjekt. Dette på tross av at innsikt også kan erfares og gjennomføres som en kontinuerlig prosess med mål å skape forståelse gjennom prosjektet, både for brukere av designet, konteksten og internt i teamet.

Innsikt kan samles, analyseres og beskrives med mange forskjellige innstillinger eller metoder. Innsikt kan samles kvalitativt og kvantitativt (Hanington & Martin, 2012). Kvantitativ innsikt gir oss forståelse for objektive og målbare atferder og kan gi god troverdighet og enkelhet til innsikten. Kvantitativ innsikt er lite krevende å kommunisere og å ta i mot. Kvalitativ innsikt er kanskje vanskeligere, både å samle og å kommunisere. Den kan dog bære mer informasjon om de menneskelige opplevelsene av atferden som observeres.

Forståelsesskapende arbeid kan gjøres induktiv eller deduktiv, undersøkende eller bekreftende. *Universal Methods of Design* beskriver aktivitetene som *exploratory*, *generative* og *evaluative* (Hanington & Martin, 2012). Deduktiv tenking beskrives ofte som "top-down" og observasjoner brukes for å bekrefte teorier, induktiv tenking går andre veien fra observasjoner til bredere teorier («Social Research Methods - Knowledge Base - Deduction & Induction», udatert). Designere er nødt til både å jobbe induktivt for å utforske og oppdage uventet innsikt og deduktivt for å evaluere eller validere antakelser.

Innsikt kan springe ut fra eksplisitt eller implisitt forståelse. Eksplisitt forståelse er rapporterbart, altså forståelse om egne og andres holdninger og handlingsmønstre som mennesker selv kan rapportere og beskrive. Implisitt forståelse er ubevisst, og implisitt lærte handlingsmønstre, verdier og følelser kan ikke nødvendigvis mennesker rapportere eller beskrive selv (Allen, 2012). Å samle implisitt informasjon krever noe annet enn en persons selvrapportering, det er derfor man for eksempel bruker observasjon, det er dog ikke alltid mulig å komme i en naturlig observasjonssituasjon.

Jeg har for denne masteroppgavens skyld skrevet et forslag til en beskrivelse av god innsikt og forståelse i en designprosess. Den følgende beskrivelsen vil ligge til grunn for min utforskning av historiefortelling i design. Jeg vil i dette arbeidet forstå innsikt slik:

God innsikt har en direkte tilknytning til virkeligheten og er basert på et ønske om å forstå mennesker. God innsikt har fokus på å være et inkluderende og demokratisk bilde av konteksten og menneskene involvert. Gode innsikten er også mulig å kommunisere og bør skape empati for menneskene innsikten omhandler. Den gode innsikten bør også åpne mulighetsrommet og være et kart for designere med mulige punkter for intervensjon.

Bakgrunn

Historiefortelling i design

Designeren Donna Lichaw (2016) postulerer at mennesker i sin natur er historiedrevne og bruker historier som deres viktigste verktøy for å kommunisere om, og forstå, verden rundt seg. Om designeren planlegger for det eller ikke, vil brukerne av et produkt eller en tjeneste oppleve den som en historie. De vil også fortelle andre om dem ved hjelp av sine historiedrevne hjerner.

Dorst (2017, s. 30) beskriver historier i design som en parallell aktivitet til design hvor designeren selv forfatter en historie om hvordan designet har kommet til. Jeg ser sannheten i Dorsts utsagn, men oppfatter det som noe reduksjonistisk, da vi som designere også møter historiefortelling i et flertall aktiviteter og tenkemåter. Det er mulig å påstå at design i seg selv er en form for historiefortelling hvor vi kontinuerlig ser for oss historien om hvordan designet vil spille seg ut i menneskenes opplevelse av det.

Som designere er vi ute etter å skape gode opplevelser for de vi designer for, og likhetene mellom en historie og en opplevelse er umiskjennelige (Atasoy & Martens, 2016). De spiller seg begge ut i interaksjonen mellom mennesker, steder og ting (Atasoy & Martens, 2016; Zomerdijk & Voss, 2009). Både historier og opplevelser er subjektive og kontekstavhengige (Atasoy & Martens, 2016; Peng & Matterns, 2016) og vekker følelser i de som opplever dem. Historier kan gjøre det mulig for designere å basere sitt arbeid på en ekte kontekst (Quesenbery & Brooks, 2010).

Historiefortelling er naturlig for mennesker. Det er hvordan vi organiserer og kommuniserer om våre opplevelser (Glebas, 2012). Selv om historiefortelling kan ses som et håndtverk få virkelig mestrer, har også alle mennesker utøvet historiefortelling i sitt liv og kan fortelle sine egne historier. Historier kan altså representere den opplevde virkeligheten til historiefortelleren.

Historier har gjennom generasjoner vært et sentralt instrument for mennesker å kommunisere sine opplevelser (Gruen, 2000). Francis Glebas (2012) foreslår at historier er verktøy mennesker bruker til å organisere opplevelsene sine og at historiefortelling er kommunikasjonen av disse opplevelsene med mål å gjøre seg selv forstått av andre mennesker. Historiefortelling kan også defineres som kommunikasjonen av ideer, oppfatninger og personlige historier (Wende & King, 2015).

Tidlig i en designprosess foretrekker mange designere kontekstualisert innsikt om mennesker basert på deres reelle livssituasjoner (Buskermolen & Terken, 2016) og å be dem om å fortelle sine historier kan gi designeren verdifull innsikt. Å gi historier grobunn i ekte opplevelser kan skape forståelse (Parkinson & Warwick, 2017). Historier kan også hjelpe designeren med å få empati for brukeres virkelighet (Buskermolen & Terken, 2016).

Denne oppgaven har altså sitt opphav i en forståelse av design som abduktiv logikk med mål å skape positiv endring i menneskers opplevelse. Denne aktiviteten krever dyp forståelse og innsikt i disse menneskers liv. Historier og historiefortelling kan bidra til denne forståelsen. Dette antas på bakgrunn av historiers naturlige funksjon i menneskers opplevelse som en sentral funksjon i kognisjon og kommunikasjon. Med denne forståelsen av innsiktsarbeid, designprosess og historiefortelling har jeg i denne oppgaven forsøkt å forstå historiefortelling og hvordan designere kan benytte seg av historiefortelling i sin praksis.

Prosesen

Arbeidet med denne oppgaven har vært preget av nysgjerrighet og et ønske om å utforske og forstå historiefortelling. Hensikten med arbeidet har ikke vært å bevise at verdien av historiefortelling overgår andre metoder eller innstillinger, men å forstå hvorfor og hvordan designere kan anvende fenomenet. Gjennom litteraturstudier og intervjuer har jeg tilegnet meg kunnskap. Ved å analysere materialet og skrive om det har jeg opparbeidet noen forståelser. Anvendelse av disse forståelsene i praksis har gitt meg erfaring.

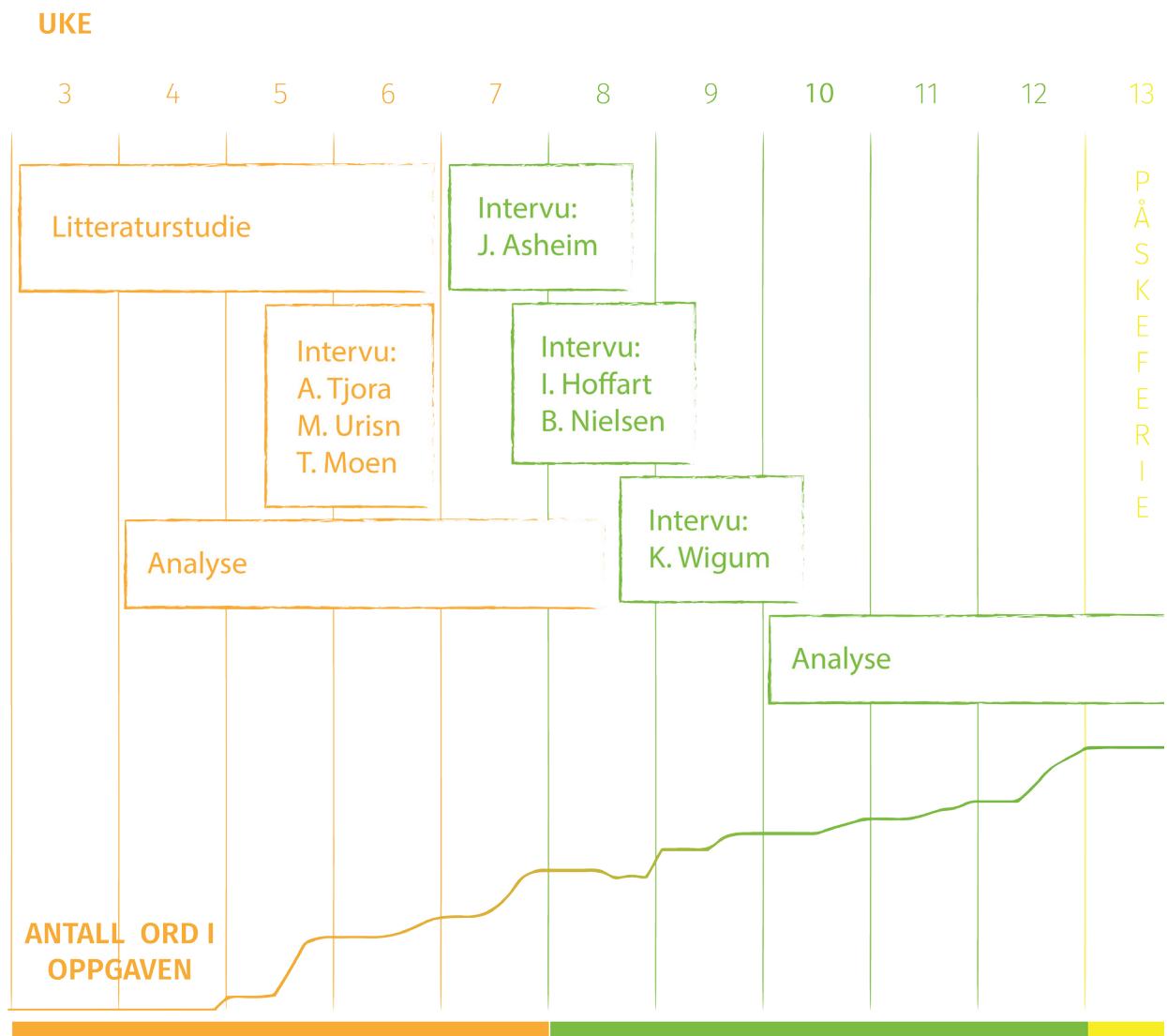
I løpet av prosjektet har flere verktøy og metoder, ikke direkte tilkoblet designpraksis, blitt anvendt. For å skaffe teoretisk forståelse for sentrale begreper og metoder ble et **litteraturstudie** gjennomført. Her ble litteratur fra et stort sett med fagfelt undersøkt. Med hensikt å høste eksperters erfaringer med og refleksjoner rundt historiefortelling ble det gjennomført **intervjuer**. De intervjuede var forskere og designere. Intervjuene var åpne og relativt ustrukturerte med mål å induktivt utvide min forståelse. **Analysen** av materialet som ble fremkom gjennom litteratur og fra intervjuer ble gjennomført med en induktiv innstilling til materialet. Gjennom prosjektet har mine kunnskaper om, og erfaringer med, kvalitativ analyse vokst. Dette betyr også at mine analyseferdigheter ble bedre utover i prosjektet. Det ble satt som mål for oppgaven å utforske hypotesene som fremkom fra litteraturstudier og intervjuer. Dette ble gjort gjennom et **designprosjekt**. Denne delen av arbeidet ble også gjennomført utprøvende og med nysgjerrighet. Avslutningsvis, som en konklusjon på arbeidet med denne oppgaven, ble det formulert et sett med anbefalinger og refleksjoner, kalt **Historiedrevet design**.

Arbeidet med å **skrive** oppgaven har i seg selv vært en måte å tenke og bearbeide materialet på. Hovedfokuset har ligget i å skrive en oppgave som kan bidra til et bredere forståelse av historier i design. Skriveprosessen begynte med et forsøk på å omfavne historiers polyvokale natur. Store deler av oppgaven ble først forfattet med et sett med forskjellige fortellerstemmer, blant disse var en teoretiker, en skeptiker og en forteller. Gjennom å behandle og skrive om materialet med forskjellige briller økte min forståelse for flere aspekter ved materialet. Med hensikt å gjøre teksten mer leselig og pedagogisk så jeg meg nødt til å skrive om oppgaven til en mer sammenskrevet test. Deler av denne oppgaven har altså blitt skrevet flere ganger med flere forskjellige formater for å finne den beste måten å formidle oppgavens innhold. Teksten som blir presentert i denne masteroppgaven er et resultat av en iterativ, kreativ og utprøvende prosess med mål å både skape forståelse for stoffet og å skape gode leseopplevelser.

Det har, i og med at jeg har jobbet alene med denne oppgaven, blitt tydelig hvilke begrensninger som kommer ved å ikke ha sparringspartnere med samme nivå av innblikk i materialet. **Samtaler** har ikke desto mindre vært sentrale for mine forståelsesskapende prosesser. Intervjuer med fagpersoner har gitt inspirasjon og har drevet mine refleksjoner videre. Samtaler med veiledere og medstudenter har hjulpet med å gjøre mine refleksjoner og forståelser eksplisitte. Det har vært bærende utfordrende og lærerikt å diskutere noe man selv har dyp interesse for og innblikk i med andre, mer utenforstående.

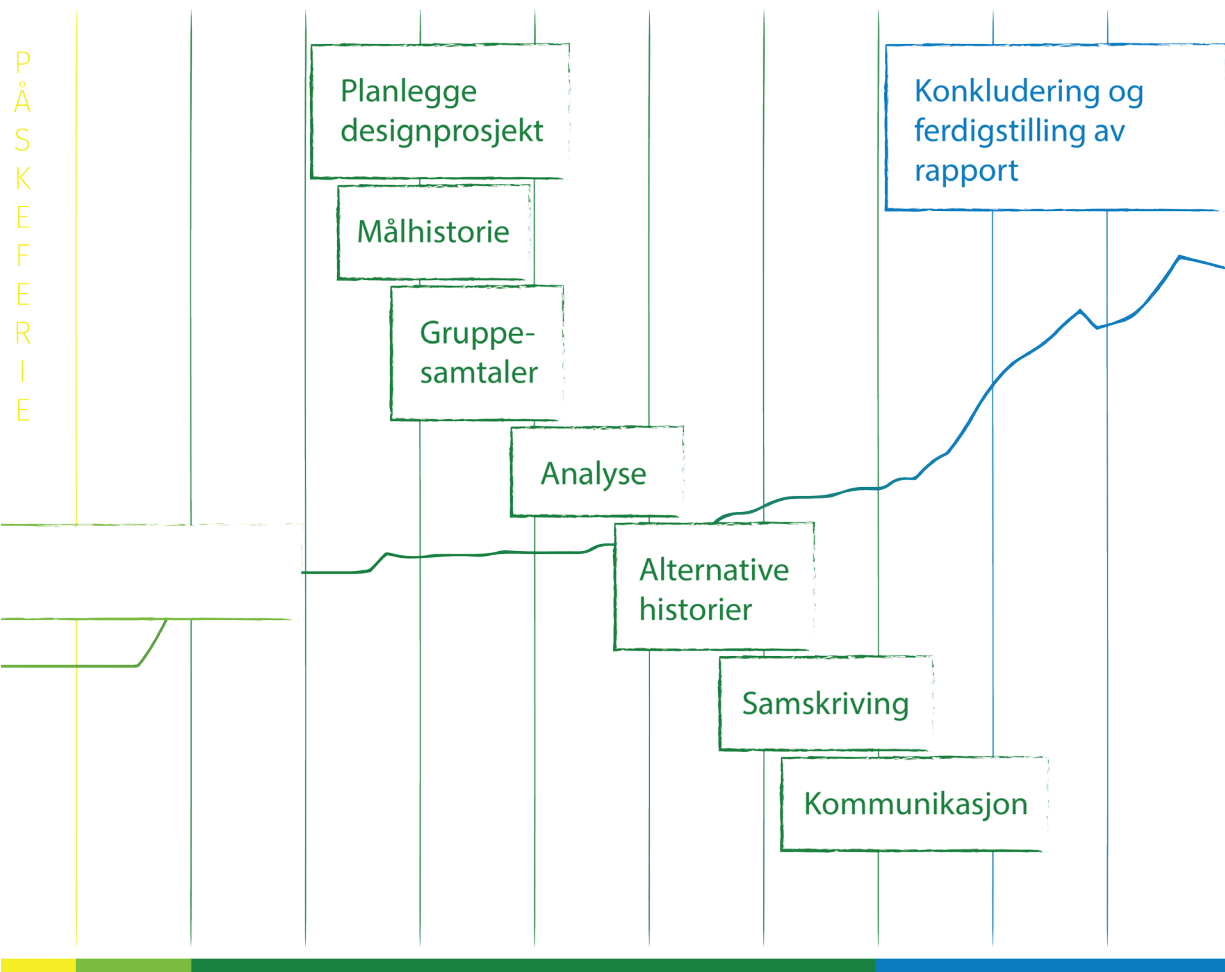
Prosesen

Kronologisk fremstilling av arbeidets aktiviteter og skriveprogresjon



13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23

P
Å
S
K
E
F
E
R
I
E



Oppgavens oppbygning

Denne oppgaven består av fem hoveddeler.

Del 1 Innledning.

Her presenteres introduksjonen og det teoretiske grunnlaget for oppgaven.

Del 2 Hva betyr historier for mennesker?.

Her presenteres sentrale temaer tilknyttet historiefortelling som menneskelig atferd og som data i forskning, inkludert et forslag til anvendelser av disse for en designer.

Del 3 Hva betyr historier for designere?.

Her presenteres materiale fra samtaler med designere om historiefortelling i design, inkludert et forslag til anvendelser av dette materialet.

Del 4 Utforsking gjennom designprosjekt.

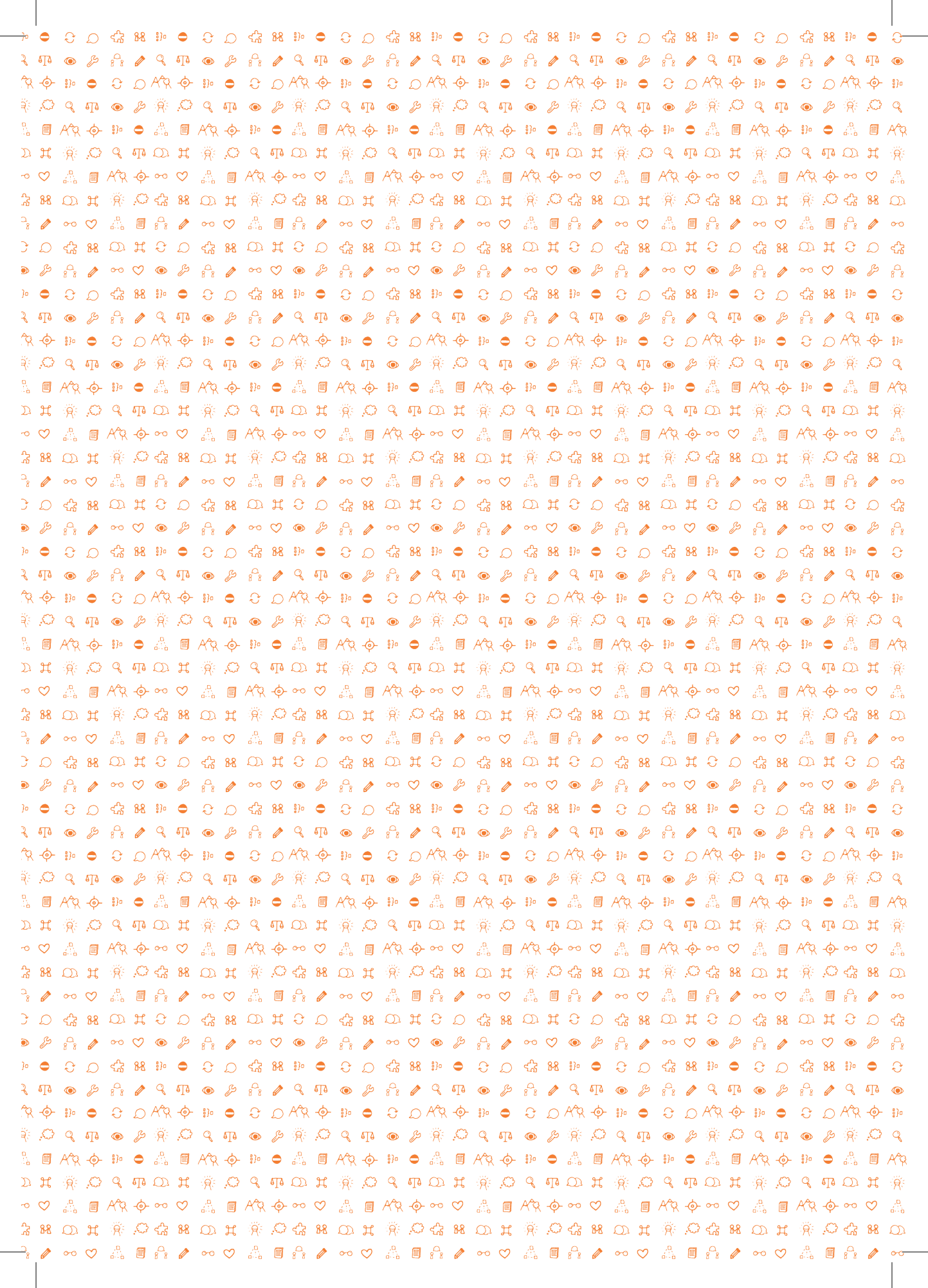
Her presenteres et designprosjekt drevet av historiebaserte aktiviteter.

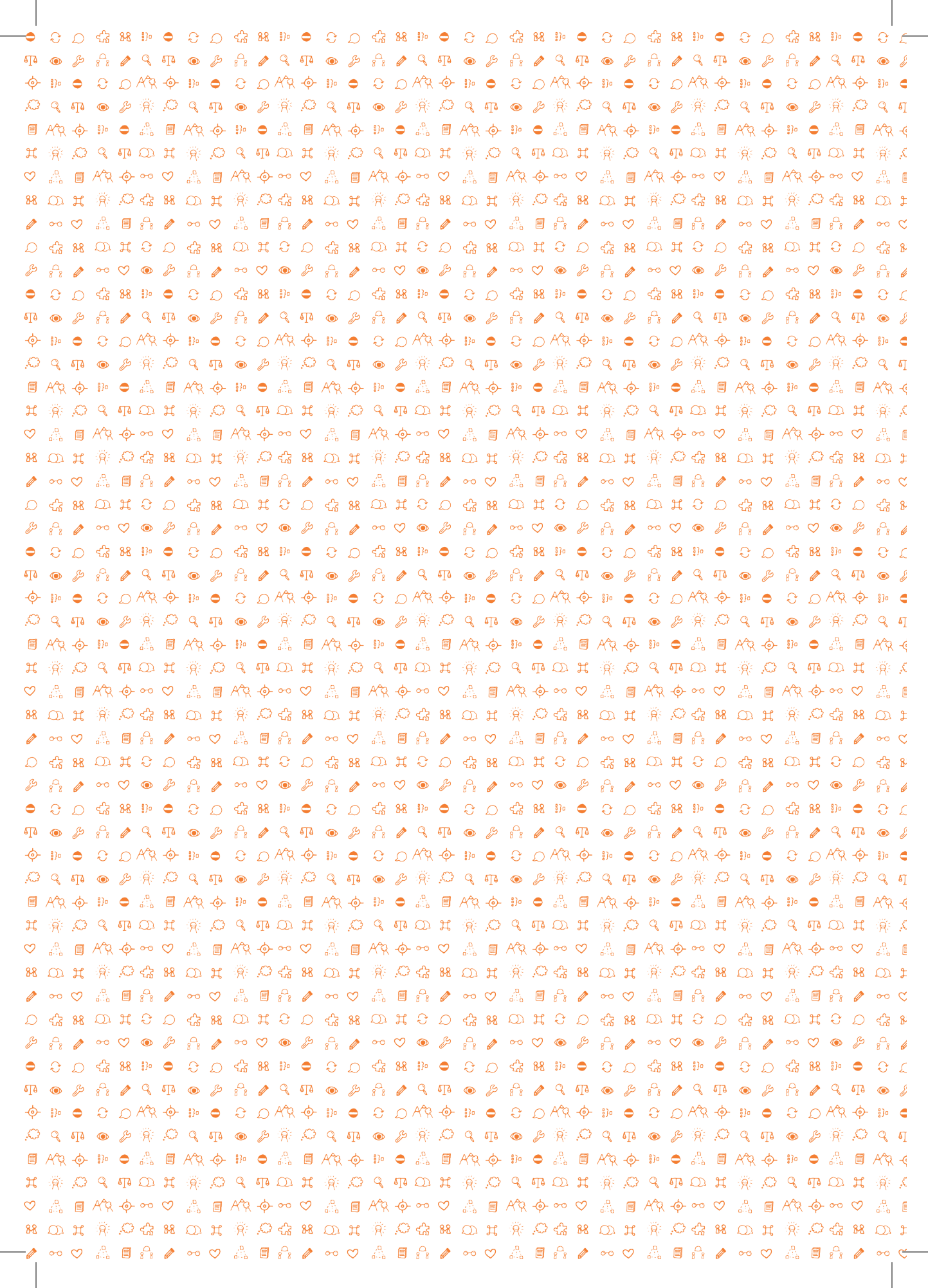
Del 5 Konklusjoner.

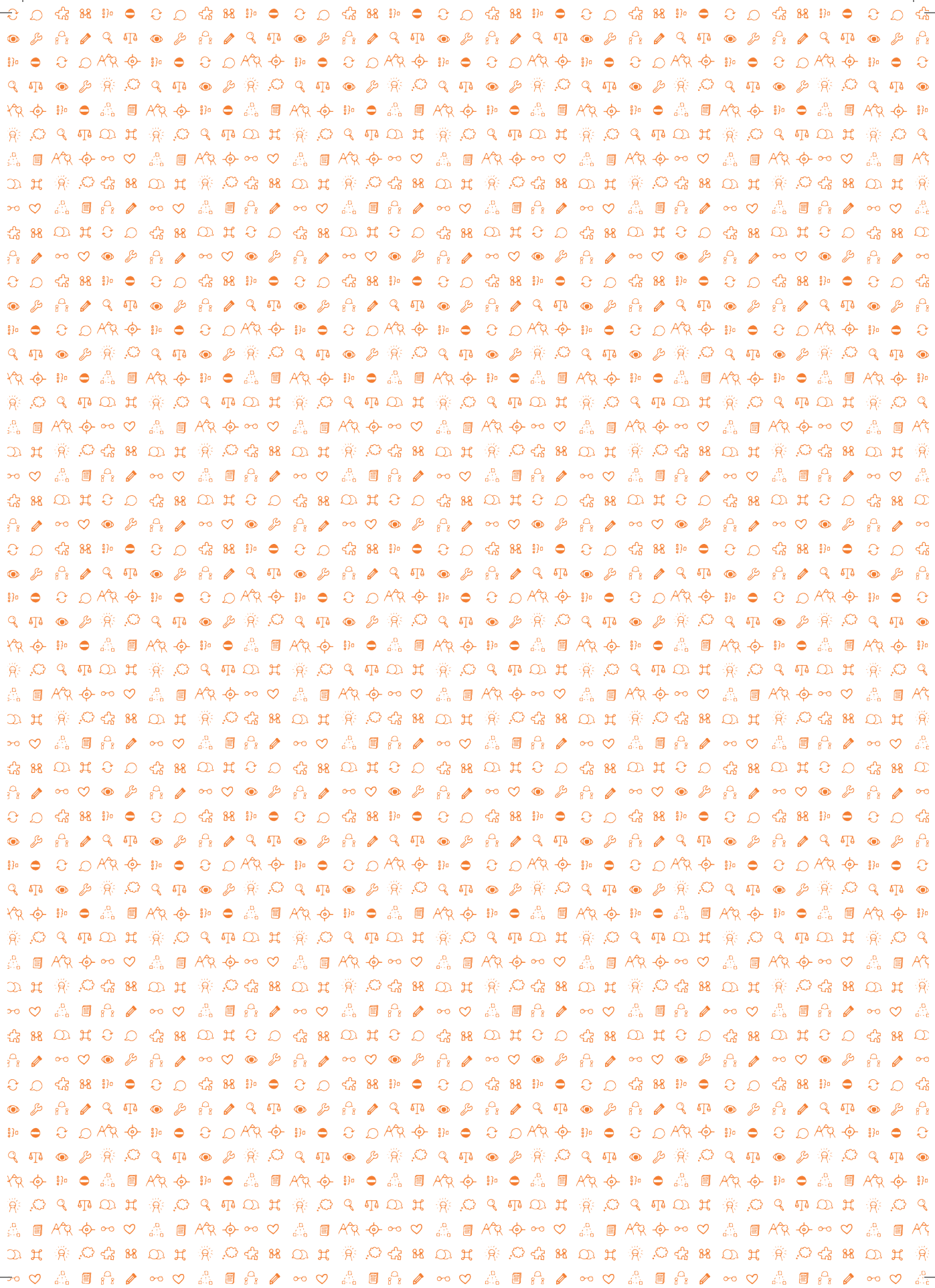
Her presenteres oppgavens konklusjon, inkludert et forslag til designpraksis med historiefortelling som grunnlag, diskusjon av oppgaven og veien videre.

Hver del av oppgaven vil også inkludere refleksjoner rundt egen utvikling gjennom prosjektet, mitt syn på design, forståelsesskapende prosesser og historiefortelling.







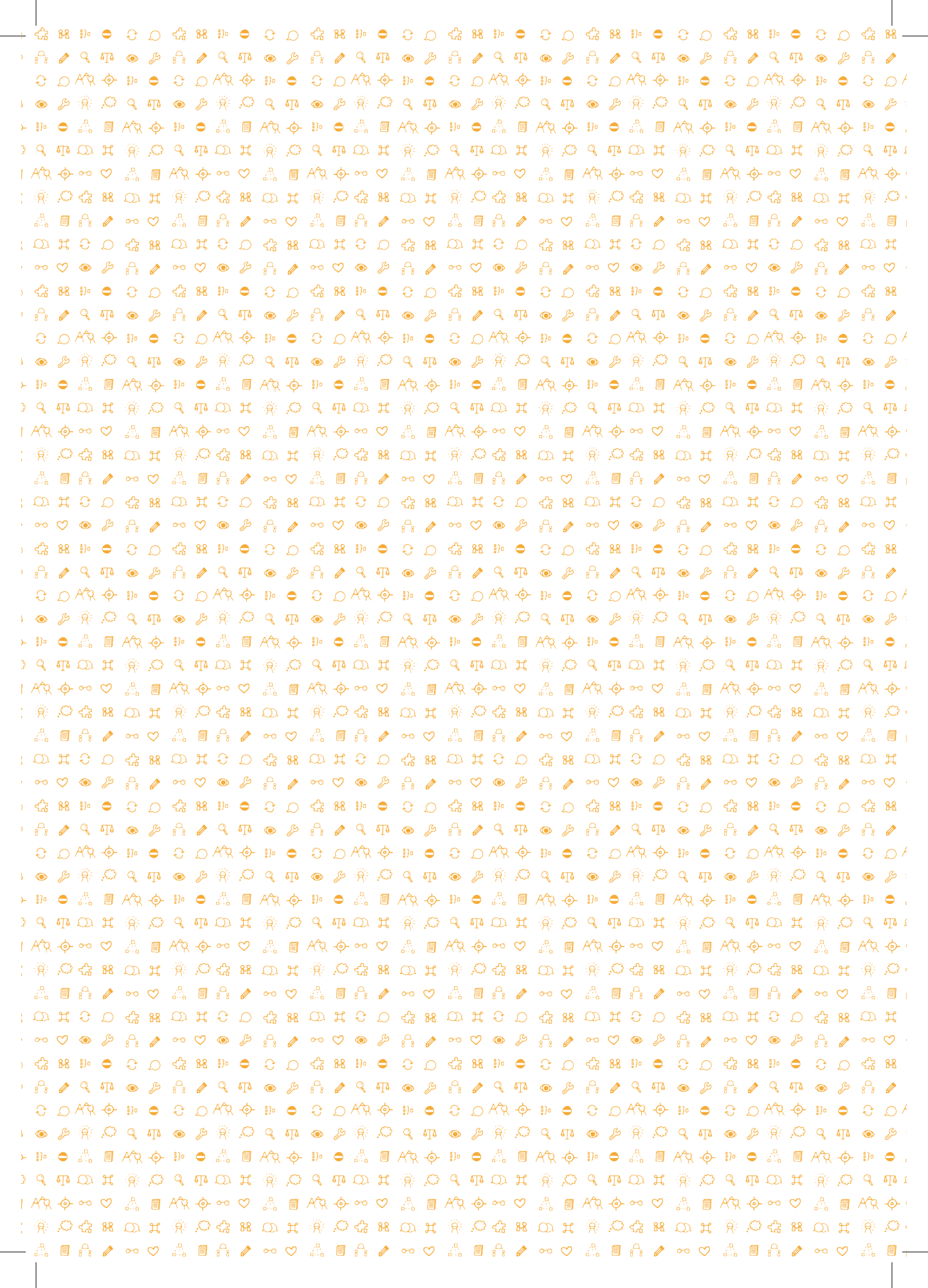


Del 2

Hva betyr historier for mennesker?

I følgende del vil mitt arbeid med å forstå historier som sentral menneskelig atferd og hvordan og hvorfor historier brukes i forskning i andre fagfelt beskrives.

- s. 25 Metode** - Om litteraturstudien, intervjuene og analysene som ble gjennomført.
- s. 30 Resultater** - Om materialet i et sett med tematisk oppdelte underkapitler.
- s. 60 Anvendelser** - Om designerens mulige anvendelser av materialet.
- s. 66 Refleksjoner** - Om mer bstrakte tanker tilknyttet materialet.



Metode

Følgende arbeid hadde som hensikt å svare på to sentrale spørsmål. Hvordan og hvorfor forteller mennesker historier? Hvordan og hvorfor anvender fagfolk i andre fagfelt historier i forskning? Målet var altså å samle forskjellige perspektiver på hvordan historier og historiefortelling kan brukes verdifullt i forskjellige praksiser hvor målet er å forstå mennesker. Informasjonsinnhenting ble gjennomført gjennom et litteraturstudie og et sett med intervjuer. Sammen resulterte litteraturstudiet og intervjuene i forståelser som vil bli presentert i denne delen under *Resultater*.

Metode

Litteraturstudie

Litteratur fra fagfelt som hadde til felles med design at de er ute etter å forstå mennesker var hovedfokus for denne litteraturstudien. Litteraturen beskrev hva historier betyr for mennesker og hvorfor vi forteller historier. I litteraturen var også teori om og erfaringer med hvordan og hvorfor historier anvendes i forskning og forståelsesskapende arbeid.

Inkludert i litteraturstudien var spesielt praksis fra bruk av historier i forskning, med naturlig fokus på narrativ metode, en form for kvalitativ metode som benyttes på tvers av fagfelt. Fokuset i søket var å prøve å finne litteratur på introduksjonsnivå fra fagfelt utenfor design. Dette resulterte i litteratur fra et bredt spekter av fagfelt. Disse innbefattet kommunikasjonsteori, pedagogikk, sosialantropologi, sosiologi og filosofi.

Litteratursøket ble i all hovedsak gjennomført gjennom Scopus, Google Scholar og i NTNUs biblioteker. Store deler av litteraturen som ble benyttet ble også funnet som referanser i relevante artikler, gjennom personsøk i NTNUs personaldatabase og som pensum for fag, for eksempel *Narrativ metode i barne- og ungdomsforskning*. Hovedfokusene i litteratursøket var ord som *historier, historiefortelling og forståelse*.

Resultatet fra litteraturstudiet ble et sett med temaer som senere ble sammenkoblet med resultater fra påfølgende intervjuer med forskere ved NTNU.

Intervjuer

Med bakgrunn i det påbegynte litteraturstudiet var neste mål å snakke med forskere som kunne utvide min forståelse. Gjennom søk i NTNUs personaldatabase og på bakgrunn av anbefalinger fra veileder fikk jeg kontakt med tre forskere. Det var en spesialpedagog, en sosiolog og en sosialantropolog. For å introdusere temaet historier og forklare min intensjon med intervjuene sendte jeg samtlige en versjon av følgende e-post:

Mitt navn er Aurora og jeg skriver denne våren master ved Institutt for design på NTNU. Min masteroppgave omhandler historier og narrativ, og hvordan designere bruker dem til å kommunisere og å skape forståelse. Jeg har som et mål for min oppgave å utforske hvordan forskjellige fagfelt benytter seg av og forstår historier og narrativ. I den forbindelse ønsker jeg å gjennomføre intervjuer med fagpersoner som har forskjellige perspektiver på temaet. Jeg kontakter deg fordi (...). Jeg lurer på om du kunne tenke deg å være med på en samtale om narrativ og historier.

Det overordnede målet med intervjuene var å få kjennskap til forskernes erfaring med og refleksjoner rundt historier som data i forskning og hva historier betyr for mennesker generelt. Intervjuene ble gjennomført med bevissthet om at forskerne potensielt hadde andre syn på historiefortelling enn meg. Intervjuene ble derfor åpent strukturert for at samtalene kunne ta forskjellige, uventede retninger. I tillegg til en åpen innstilling hadde jeg med et sett spørsmål (Vedlegg A) som kunne brukes til å drive samtalen framover og inn på relevante emner.

Intervjuene varte i omkring 30 minutter. De intervjuede var alle ansatte ved NTNU. De signerte samtykkeskjema (Vedlegg B) for intervjuet og bekreftet, og oppfordret til, at jeg kunne ta lydopptak under intervjuet for å transkribere samtalen.

Metode

De intervjuede

Forskerne intervjuet i denne fasen var valgt ut på bakgrunn av deres fagfelt og publikasjoner. De tre forskjellige fagfeltene, sosialantropologi, sosiologi og spesialpedagogikk, har alle som mål å forstå mennesker og hvordan de interagerer med verden rundt seg.

Aksel Tjora, sosiologen, har utgitt faglitteratur om kvalitativ metode og er professor ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap. Sosiologien studerer samspillet mellom samfunnets elementer og omtales som læren om sosiale systemer, enten nære sosiale relasjoner eller større organisasjoner og samfunn («sosiologi – Store norske leksikon», udatert). Denne forståelsen av hvordan mennesker interagerer med samfunnet rundt seg er også meget relevant for designere.

Marit Ursin, sosialantropologen, er førsteamanuensis ved Institutt for pedagogikk og livslang læring, og underviser i emner om kvalitativ metode. Sosialantropologien er grenen av antropologien, studiet av mennesket, som omfatter sosiale prosesser, samhandling og kultur. Sosialantropologien studerer sammenlignende ideer, etikk, ideologi og religion («sosialantropologi – Store norske leksikon», udatert). Som sosiologien, presenterer sosialantropologien en forståelse som er interessant for designere. Kultur og samhandling spiller sentrale roller i den designede virkelighet.

Torill Moen, spesialpedagogen, er også ansatt ved Institutt for pedagogikk og livslang læring. Der er hun professor og har utgitt en rekke publikasjoner om kvalitativ metode og narrativ forskningsmetode. Pedagogikk er læren om oppdragelse og undervisning. Pedagogikk betegner kunnskapen om innvirkning på individers identitet og mestringsevne, sosialiseringen («pedagogikk – Store norske leksikon», udatert). Denne forståelsen for individets utvikling er også interessant for designere som har som mål å virke positivt på menneskene de designer for.

Det er dog verdt å merke at jeg kunne hatt nytte av å ha vært i kontakt med fagfolk som kunne fortelle om erfaringer innen fagfelt som psykologi, kommunikasjonsteori og litteraturvitenskap.

Analyse

Analysen av materialet samlet fra intervjuene og litteraturen ble gjennomført induktivt. Bearbeidingen av materialet var liknende Grounded theory, datainnsamlingen og analysen var en sammenhengende prosess og temaer ble definert ved bruk av konstant sammenliknende analyse og kategorisert (Corbin & Strauss, 1990). Samtlige intervjuer ble transkribert, innholdet ble oppsummert og sentrale temaer ble trukket ut. Deretter ble temaene sammenliknet med de som hadde kommet frem gjennom litteraturstudiet. Med bakgrunn i denne sammenligningen forsøkte jeg å undersøke om hvert tema ville være relevant for min oppgave. Basert på denne prosessen ble et nytt sett med temaer ekstrahert. Med bakgrunn i disse undersøkte jeg materialet på nytt. Relevant teori og sitater fra intervjuene ble hentet ut for å beskrive stoffet.

Resultater

Resultatet av informasjonsinnhenting og analysen ble følgende underkapitler som beskriver forskjellige temaer med tilknytning til hvordan og hvorfor mennesker forteller historier og hvordan og hvorfor vi kan bruke historier til å skape forståelse.

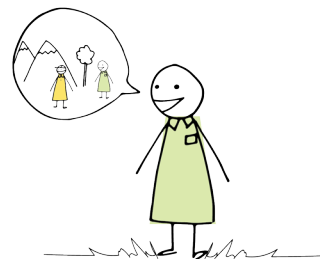
-  **Identitetsnarrativ**
-  **Forklaring og fantasi**
-  **Subjektiv forteller**
-  **Forforståelse**
-  **Virkelighetsnærhet**
-  **Dialog**
-  **Poly- og univokalitet**
-  **Autonomi**
-  **Observasjon**
-  **Generaliseringer**
-  **Analyse og forståelse**

De tre neste sidene vil inneholde korte forklaringer av temaene som skal beskrives i de følgende underkapitlene.

Hva betyr historier for mennesker?

Identitetsnarrativ

Mennesker forteller historier for å kommunisere til andre om seg selv. Historiene vi forteller inneholder informasjon om vår identitet og hvilke verdier vi legger til grunn for vår atferd.

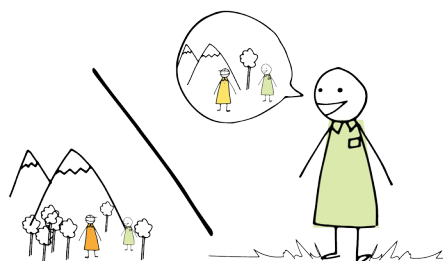


Forklaring og fantasi

Mennesker bruker historier til å forklare og skildre opplevelsene sine og historier representerer store deler av våre kognitive prosesser, som hukommelse og fantasi.

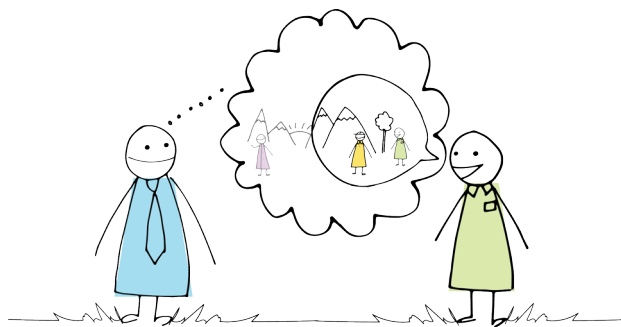
Subjektiv forteller

Alle historier er representasjoner av fortellerens subjektive opplevelse. De inneholder informasjon om hvordan vi ser verden og følelsene vi opplever.



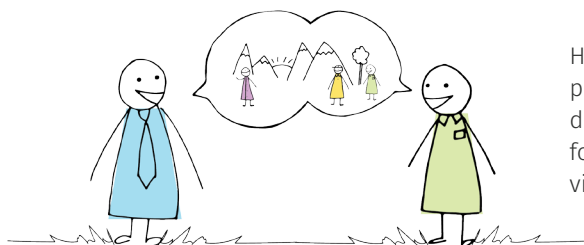
Forforståelse

Som lytter til en historie forstår vi den og dens mening ved hjelp av våre erfaringer og vår eksisterende forståelse om verden. Slik formes historien i lytterens sinn og kan også bidra til å øke lytterens forståelse.



Virkelighetsnærhet

Historier fra et menneskes liv representerer en nærere tilknytning til virkeligheten enn antakelser og meninger om egne opplevelser.



Dialog

Historiefortelling er i sin natur en sosial prosess. Vi skaper mening gjennom dialog og deler historier med hverandre for å skape delt forståelse om vår felles virkelighet.

Vokalitet

Historier kan være poly- eller univokale, det betyr at de kan representere én eller flere fortellerstemmer. Gjennom dialog kan vi skape polyvokale historier.

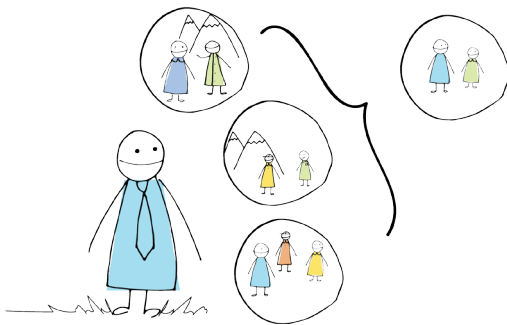


Autonomi

Historier er autonome og i dét de forlater fortellersituasjonen og noen bringer dem videre kan de skifte mening.

Observasjon

Historier trenger ikke v ere fortalte, de kan også oppstå i vår observasjon av verden.

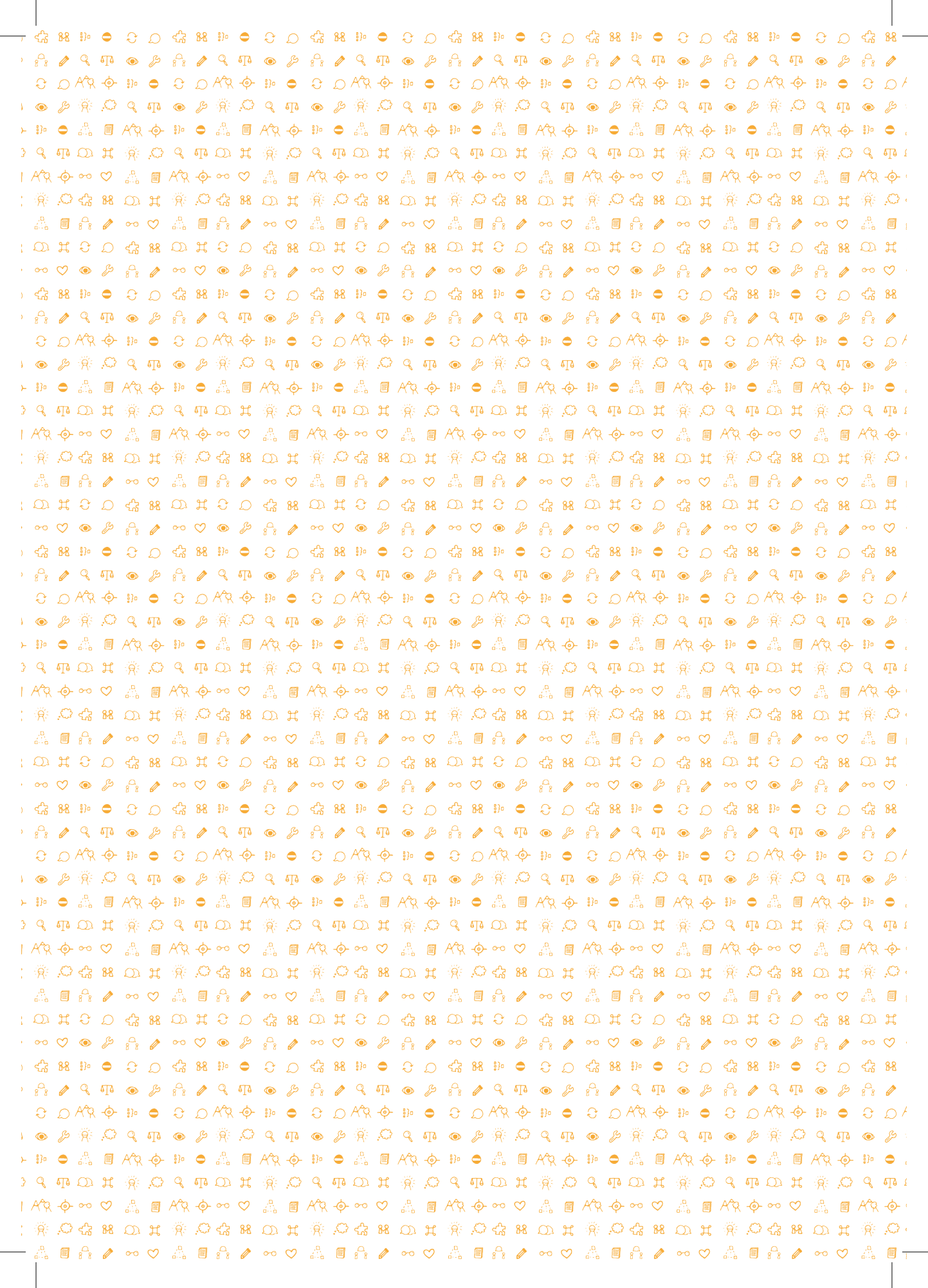


Generalisering

En samling historier kan gi oss forståelse for bredere verdier, holdninger eller atferden til en gruppe mennesker.

Analyse

Ved   bruke historier som data i forskning kan vi induktivt lære om motivasjonene og emosjonene til menneskene vi studerer.





Hva betyr historier for mennesker?

Følgende underkapitler vil beskrive temaene som fremkom fra litteraturstudie og intervjuer med forskere.

Temaene vil illustreres av sitater fra intervjuene, som representerer generelle trekk ved samtalen jeg hadde med forskerne.

Temaene vil også illustreres og eksemplifiseres ved hjelp av en historie fra mitt liv. Denne historien handler om en episode da jeg var på butikken og betalte for en kjekspakke for mannen bak meg i kassakøen. Historien ble valgt fordi den inneholder interaksjon mellom mennesker og den designede verden og den sier noe om mine verdier og følelser.

Resultater

Identitetsnarrativ

For omkring et halvt år siden stod jeg i kassa på butikken og etter at jeg hadde betalt for varene mine oppdaget jeg at han bak meg ikke hadde penger til det han skulle kjøpe. På båndet lå en pakke med kjeks. Jeg sa jeg kunne betale for ham og han takket ja. Det var ikke akkurat noen stor utgift for meg, og jeg syntes synd på han som stod bak meg.

Jeg forteller denne historien, ikke bare for å illustrere innholdet i denne oppgaven, men for at du skal forstå hvem jeg er. Det er en troverdig måte å illustrere for deg at jeg er meg. Jeg velger å fortelle deg denne historien, blant alle historiene jeg kunne fortalt deg, fordi den betyr noe. Den handler ikke om å være på butikken. Den handler ikke om å handle. Den handler ikke en gang om mannen jeg kjøpte kjeks for. Historien handler om meg og mine verdier.

Vi mennesker konstruerer subjektive virkeligheter, som for eksempel vår identitet, ved å fortelle og gjenfortelle historier om oss selv, til oss selv og andre, for å gi mening til våre opplevelser (Vannini, 2009, s. 935), slik jeg gjør her. Historiefortellere gjør dermed erfaringene sine forståelige for andre ved å forklare valg og handlinger i sammenheng med mål og utfall. Slik bruker vi historier til å uttrykke våre identiteter (Vannini, 2009, s. 935).

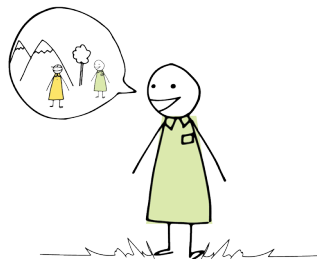
Søken etter identitet, både for oss selv og for andre, kan bli sett på som en søken etter en historie som besvarer spørsmålet "hvem er jeg?" (Fonseca & Manzin, 2013). Hannah Arendt skriver:

"The moment we want to say who somebody is, our very vocabulary leads us astray into saying what he is. (...) Who somebody is, or was, we can only know by knowing the story of which he is himself the hero." (Arendt, 1958, s. 181–186)

Det er altså nødvendig å høre individets historie om seg selv, for å forstå hvem de er og ikke bare hvilke roller de spiller eller atferder de utviser.

Vi bør også akseptere at identitet ikke er statisk og at vi former vårt selv bilde gjennom livet (Fonseca & Manzin, 2013). Det er viktig å forstå at de personlige fortellingene man blir fortalt ikke bare handler om hvordan fortelleren opplever fortiden, men også hvordan de opplever nåtiden og hvordan de vil leve i fremtiden (Brannen, 2013). Sosialantropologen Marit Ursin sa det slik:

"Narrativet, det er jo livsfortellingen vår. Det er en del av identiteten vår. Den skaper vi, og den blir skapt, i møtet med andre, i det relasjonelle." (Ursin, 2018)



Resultater

Forklaring og fantasi

Vi har behov for å gi mening til hendelsene som spiller seg ut i våre liv. Spesielt gjelder det hendelser som involverer andre menneskers atferd. Mange ganger kjenner vi til motivasjonene til menneskene som handler og strukturene som forklarer hendelsene. Men om det oppstår situasjoner vi ikke kjenner bakgrunnen for bruker vi fantasien vår til å forfatte mulige historier som kan forklare hendelsesforløpet som utspilte seg for oss. Slik er det for meg når jeg tenker på ham i butikken, jeg kan bare fantasere om hvorfor hendelsene spilte seg ut som de gjorde.

Når jeg tenker tilbake på han som stod bak meg uten penger til kjeks pakke lurer jeg på hvordan han hadde havnet i den situasjonen. Kanskje hadde han glemt lommeboken hjemme. Eller hadde han faktisk ikke råd? Kanskje han har brukt opp alle pengene sine på noe lite fornuftig?

Vi bruker altså narrativ tankegang til å forstå verden, slik den utspiller seg i våre opplevelser. Vi søker, og skaper, mening gjennom skapelsen av narrativer (Brunner, 1986). Spesialpedagogen Torill Moen forklarte det slik:

“Narrativer er mer kraftfulle med tanke på å forstå livet. Vi organiserer livene våre i narrativer. Så når du går ut her så har du et narrativ om den samtalen vi hadde. Vi bygger bevisstheten på narrativer. Vi utsettes for så mange inntrykk. Hvis du kjenner noen som plutselig har gått fra hverandre, og ingen skjønner hvorfor, så popper det opp det ene narrativet etter det andre. Vi har et behov for å forstå, og vi bruker historier for å forstå.” (Moen, 2018)

Vi bruker også historier til å bygge opp hukommelsen vår og å strukturere våre kronologiske liv. Narrativer er måten folk setter sammen hverdagens opplevelser, bilder og episoder til å bli sammenhengende og forståelige (Ricoeur, 1984), heller enn et lappeteppe av separerte opplevelsesenheter. Inne i alle mennesker lever et behov for å skape helhet og enhet i opplevelsene våre, dermed sorterer vi hendelsene vi husker å ha opplevd i lineær sekvens som en historie (Fonseca & Manzin, 2013).

Historiefortelling brukes også som kommunikasjonsverktøy for å organisere og tolke kollektive og individuelle fenomener. Da også for å skape felles mening til personlige og delte opplevelser (Vannini, 2009, s. 935). Vi bruker altså historier til å bli enige med hverandre om hva som utspiller seg i våre liv og å gi mening til det som hender. I tillegg til å fortelle om forskning på episodiske erfaringer fortalte Aksel Tjora om hvordan lengre historier om livet kunne forklare livene våre slik de er i dag.

“Vi har noe vi kaller narrativ analyse, da er det større, lengre historier i fokus og intervjuene er mer biografiske. Man ser for seg et livsløp. En av stipendiatene mine har skrevet om fedme. Der hadde vi et opplegg som gikk på fortellinger om hvordan vektproblemer oppstod. Da utforsket vi hvordan deltakerne prøver å koble en hendelse med at de for eksempel sluttet å trene. Det er en type fortelling som er lang. Du ser tilbake og prøver å koble noe som har skjedd i ditt liv til noe du eventuelt sliter med i dag.” (Tjora, 2018)



Resultater

∞ Den subjektive fortelleren

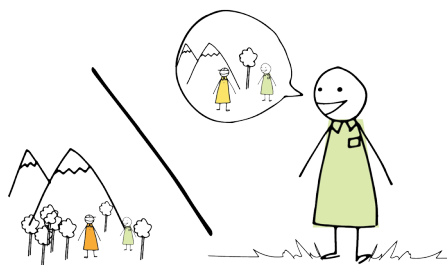
Hvordan vet jeg egentlig at det jeg husker nå er den sanne versjonen av historien om butikken? Det eneste jeg vet at er sant, er at historien jeg fortalte i starten er slik jeg husker den i dag. En historie vil alltid være resultatet av fortellerens subjektive opplevelse. Kanskje ville jeg fortalt denne historien på en annen måte om jeg var i en annen situasjon, eller om du, som mottaker av historien, var en annen. Når jeg husker tilbake til historien om tredivet år har den kanskje forandret seg. Det er ikke nødvendigvis en mer korrekt versjon av situasjonen og hendelsesforløpet, men det er da sannheten for meg.

Jeg var ung og naiv og trodde jeg var grei. Men det var jo tydelig at han som stod bak meg hadde det vanskelig. Jeg er ikke en gang sikker på om han ikke hadde råd til kjeksene. Kanskje var jeg så opptatt av ham at jeg tilbød meg å betale før han rakk å finne frem pengene mine. Ikke vet jeg...

Det kan være vanskelig for oss som lyttere å vite om en historie er basert på fakta om en hendelse eller av historiefortelleren sin egne opplevelse (Phillips, 1997) eller kanskje representerer historien det fortelleren skulle ønske at hadde skjedd. Historier kan beskrive en kontekst, men må også høres og forståes i sin kontekst (Moen, 2006). Våre evalueringer av beslutninger og hendelser som har funnet sted i vår fortid vil alltid baseres på nåtidens situasjon. Det er vanskelig for mennesker som fortellere å stå utenfor nåtiden i sin observasjon av eller refleksjon rundt fortiden. (Brannen, 2013) Marit Ursin fortalte fra sin forskning om hvordan historiene hun møtte endret seg over tid og hvordan dette gjenspeilet subjektens personlige utvikling og subjektivitet.

“Jeg intervjuet en som bodde på gata som fortalte om hvor vanskelig han hadde hatt det hjemme. Han fortalte om at det at faren hans hadde mishandlet ham var en forklaring på hvorfor han var på gata. Noen år senere da jeg intervjuet ham på nytt, bodde han hjemme hos tante og det var familien som støttet ham. Da la han all skyld på seg selv for hvorfor han var på gata. Da hadde han endret historien ut ifra at han nå plutselig satt veldig stor pris på familien.” (Ursin, 2018)

I følge Bakhtin (1986) kan også narrativer endre seg med bakgrunn i hvem de blir fortalt til. Subjektiviteten og mulighetene for endring kan lede til spørsmålet hvorvidt et narrativ kan representere sannheten. Det betyr ikke nødvendigvis at narrativer og historier ikke kan være en troverdig rapportering av virkeligheten. De er heller rapporteringer av vår subjektive opplevelse, vår opplevde virkelighet.



Resultater

Forforståelse

Historier vil også alltid være et resultat av lytterens subjektive opplevelse. Du har med deg en forståelse av verden inn i alle interaksjoner. Du har kanskje med deg et inntrykk av meg som person fordi du vet at jeg er en kvinnelig, norsk designer. Dine forventninger og din forforståelse vil påvirke hvordan du leser historiene jeg forteller deg, både de jeg forteller deg om meg selv, og om faget. Kanskje tenkte du dette?

Jeg synes dette høres veldig rart ut. Det har aldri skjedd med meg at noen har bedt om penger på butikken. Jeg kan ikke skjønne at dette skjedde. Jeg tror jeg ville følt det som et overtramp hvis noen blandet seg inn i min handling på butikken.

Hermeneutikk kan defineres som den filosofiske teorien om forståelse (Alnes, 2015). Hermeneutikken beskriver at mennesker har en forforståelse og en forståelse. Forforståelsen bygger grunnlaget for vår pågående forståelse av opplevelsene våre. Forforståelsen vår påvirker forståelsen, og den nye forståelsen virker tilbake på og nyanserer forforståelsen. Dette kalles den hermeneutiske sirkel. (Andersen, 1994)

Når vi skal forsøke å forstå et annet menneske begynner forståelsesprosessen allerede før vi har møtt personen. Vi har i oss en generell forståelse av hva et menneske er og vi forstår den andre i lys av denne forforståelsen. Denne forforståelsen kan være et godt grunnlag for å forstå, men den kan også legge begrensninger på hva vi vil være i stand til å forstå. Vi kan kun forstå innenfor rammen av hva vi allerede har forstått. (Andersen, 1994) Dette kan også overføres til historier. Vi forstår historiene vi blir fortalt innenfor rammene av vår eksisterende forståelse; den gjør oss til subjektive lyttere til alle historier vi hører.

Torill Moen bekreftet mitt syn på at jeg som fagperson også er nødt til å forsøke å se ting fra brukernes perspektiv og å forsøke å tre utenfor min egen forforståelse.

“Som kvalitativ forsker skal jeg løfte frem deres perspektiv. I riktig gamle dager dro europeiske antropologer til stammer og kolonier. De kom tilbake og fortalte om de innfødte, men de snakket om dem fra sitt eget perspektiv, det var ikke menneskene, men antropologenes tanker som dem. I narrativ forskning skal man løfte frem deltakernes sitt perspektiv på sitt eget liv. Når jeg får tak i fortellingene om dette synes jeg det er interessant, for der kan det også dukke opp noe uventet.” (Moen, 2018)

I kvalitativ forskning må forskerens forforståelse av det som studeres synliggjøres (Denzin, 1989; Fangen, 2010). Dersom partene i en forskningssituasjon har forskjellige tolkninger av narrative som fortelles kan det oppstå et dilemma for forskeren (Moen, 2006). Skal forskeren alltid anta at fortelleren selv har en bedre forståelse av sine historier, eller kan forskeren anta at egen forforståelse kan belyse eller forklare narrative på en god måte? Torill Moen fortalte om bevissthet rundt egen forforståelse i forskningsprosjekter og påpekte min egen.

“Jeg tenker det at vi mennesker organiserer fundamentalt våre opplevelser gjennom fortellinger. Og når jeg går inn i et forskningsprosjekt, så er det fordi jeg har med meg en fortelling om det. Ikke for at jeg er interessert i noe teoretiske begreper, men fordi jeg har en mening om det, jeg har laget meg en logikk om det jeg skal undersøke. Det er viktig å være klar over sin forforståelse. At du er bevisst ditt eget narrativ sånn at du ikke projiserer det over på dine informanter. Det er jo en grunn til at du gjør den forskningen du gjør. Din forforståelse er sikkert at designere har sin historie og så designer de med den, men det jo ikke sikkert.” (Moen, 2018)

Resultater

Virkelighetsnærhet

deg er hjelpsom. jeg pleier å hjelpe folk.

At jeg forteller deg dette er ikke spesielt meningsbærende. Om jeg hadde fortalt deg at jeg er en grei person eller at jeg pleier å hjelpe folk om det virker som om de trenger det, hadde nok ikke gjort stort inntrykk på deg. Det hadde vel heller ikke vært noe du ville ha festet deg ved. Historien jeg bruker som illustrasjon i denne deler er mer overbevisende om min hjelpsomhet enn om jeg kun generaliserte den. Den vil også for meg og deg være et slags bevis på det jeg ønsker å fortelle, det er ikke en generalisert tanke eller mening jeg har om meg selv, men en faktisk opplevd episode.

For noen måneder siden hjalp jeg en mann som ikke hadde råd til å betale på butikken.

Sosiologen Aksel Tjora er ansatt ved NTNU og har utgitt fagbøker om kvalitativ metode i praksis, da jeg møtte ham kunne han fortelle meg om verdien av å bruke menneskers episodiske erfaringer som data i forskning.

“Detaljerte personlige fortellinger om en spesifikk episode er den viktigste måten jeg tenker på fortellinger i forskning. Det som gjør at historier blir verdifulle er i hovedsak at de er så konkrete at du blir overbevist som lytter om at de er reelle. For at et intervju blir gode data må historiene være så detaljerte at jeg tror på dem. Ofte så forteller vi om noe og tror at det er veldig konkret. For eksempel kan man fortelle at “vi pleier å avtale å ta en kaffe mens vi er i forelesning”. Men det er jo ikke en konkret episode, det en type episode. For at jeg skal ha verdi av det må jeg høre om at det var i går og at vi hadde forelesning om det og det, og at jeg og Jørn avtalte å ta en kaffe etter forelesningen. Ok, så har personen en kompis som heter Jørn, det er sannsynligvis troverdig, det er det ikke noen grunn til å ljuge om. Og det var i går. Og forelesningen var om dette. Disse knaggene gir meg en antydning om at dette skjedde faktisk.” (Tjora, 2018)

Resultater

Dialog

Historiefortelling er en sosial aktivitet, da jeg fortalte deg denne historien fikk du kanskje noen assosiasjoner. Vi assosierer andres historier med våre egne og inngår naturlig i dialog og deling av historier. Om vi hadde sittet overfor hverandre nå ville du kanskje fortalt meg en historie som denne.

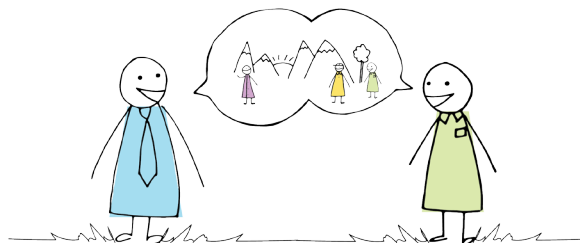
Åh, ja det skjedde med meg en gang også. Men det var en mor som stod og lette etter lommeboka mens sønnen stod og gråt. De skulle bare kjøpe en is, så jeg tilbød meg å betale, men da sa hun faktisk nei. Hun virket ganske overrasket, nesten litt fornærmet. Men jeg prøvde jo bare å være grei liksom...

Man tenker gjerne på historier som fikserte og lineære tekster som er resultatet av uavbrutte monologer. Historier fortalt i samtale er annerledes. Disse historiene er vist å være resultatet av systematisk interagering mellom historieforteller og historiemottaker (Lerner, 1992). Samtaler og intervjuer er samarbeidsprosesser og samskaping mellom de deltagende partene (Brannen, 2013).

Dialog som består av historier, sosial historiefortelling, kan deles opp i tre faser, innledning, fortelling og mottakelse. For at sosial historiefortelling skal begynne må mottakeren få et tegn om at historien skal begynne og må gi fortelleren et handlingsrom til å levere historien. For å fasilitere fortelleren kan mottakeren underveis i den sosiale historiefortellingen begrense sin involvering til handlinger som opprettholder leveringen i stedet for å divergere den. Den avsluttende delen av historiefortellingen blir ofte brukt av både historieforteller og -mottaker som en mulighet til å vise at de setter pris på og har en felles forståelse historien som har blitt presentert. (Lerner, 1992)

Mikhail Bakhtin (1986) forteller oss at all menneskelig handling er av dialogisk natur. Ingen ting vi gjør eller sier inntreffer i vakuum (Bakhtin, 1986). Mening og forståelse kan ikke bli overført fra en person til en annen, men skapes når de inngår i dialog med hverandre (Moen, 2006). Vi skaper altså mening gjennom dialog. Jeg fører i denne oppgaven en slags dialog med meg selv. Her forsøker jeg å skape mening gjennom forskjellige måter å snakke om denne hendelsen, og historiefortelling som tema. Kanskje hadde vi avdekket flere tanker om vi satt i samme rom og du kunne stille spørsmål ved tankene og handlingene mine. Til en viss grad har ikke historien om at jeg betalte på butikken noen eksplisitt verdi før jeg tar den med meg inn i dialog, med meg selv eller andre. Marit Ursin fortalte om hvordan hun brukte dialog til å skape forståelse for hverdagslivene til de menneskene hun møtte i sin forskning.

“Det er mye verdi i historier om hverdagslige ting, som folk kanskje tar litt for gitt. Det er ting som de kanskje ikke ville fortalt om dersom jeg ikke spurte dem. Som for eksempel “hvorfør velger du å sove der du velger å sove?”. Da kan de begynne å tenke selv. På rent praktiske hverdagslige ting, begynner de selv å tenke og reflektere og innse ting, slik blir mening skapt i møtet mellom oss.” (Ursin, 2018)



Resultater

Poly- og univokalitet

Jeg lurer på hvordan det var for ham at jeg la ut for kjeksen? Kanskje gikk han hjem og fortalte det til andre, eller kanskje han ikke sa noe til noen. Opplevdes det som frekt og hovent at jeg tilbød meg å betale for ham? Og hvordan var det for hun som satt i kassa? Ble hun brydd eller var det en hyggelig opplevelse? Når jeg forteller denne historien, vil den kun inneha mitt synspunkt. Alle karakterene i historien som jeg ikke forteller noe om blir dermed skjult for deg. Det er ikke fordi jeg velger å fortelle min historie, men fordi jeg ikke velger å fortelle deres. Kanskje opplevde mannen på butikken det slik:

Jeg hadde fortet meg på butikken for å få med meg en pakke kjeks på veien. Jeg var sikker på at jeg hadde stappa en hundrings i baklomma, men da jeg kom til kassa var den veik. Jeg kjente blodet strømme til ansiktet da jeg innså at jeg ikke hadde penger til den usle kjekspakka. Hun foran meg i køen så på meg og på kjeksen og på han i kassa. 'Jeg kan ta den, jeg' sa hun.

Historier kan være *polyvokale* eller *univokale*. Polyvokalitet i historier betyr at det er flere forskjellige stemmer som er med å fortelle historien. De fleste teaterstykker er polyvokale (Farris & Morlan, 2013). De blir fortalt av flere fortellere som forteller, eller spiller ut, sin opplevelse av, eller rolle, i narrativet.

Marit Ursin fortalte fra sin forskning på gatemiljøer i Brasil om hvordan alle historiene hun hørte og inkluderte i sin forskning hadde flere sider.

“En del av de historiene jeg hører får jeg høre fra flere, for det er jo et gatemiljø. Så hvis en er knivstukket av en annen så får jeg høre det både i intervjusetting, men også på gata. Da får jeg også høre at en historie alltid har flere versjoner avhengig av fortelleren.” (Ursin, 2018)

Historiene vi forteller om oss selv er som regel univokale. Univokale historier blir fortalt fra ett synspunkt, med én fortellerstemme (Chandler & Munday, 2011). En univokal historie kan kun være én representasjon av den virkelige historien. Det finnes ingen objektiv sannhet i en historie eller én komplett versjon av en historie. Inne i hver univokale historie finnes mange historier som ikke er fortalt og mange observasjonsvinkler eller opplevelser som ikke blir fortalt. Fortellingen av én historie vil nødvendigvis skjule en annen historie. På denne måten er historier både demokratiske og udemokratiske. Alle karakterene i et narrativ har potensialet til å bli hovedpersonen i et narrativ, men ikke alle vil ende opp med å bli det. (Vannini, 2009)

Resultater

Autonomi

Historier er autonome. En historie får sitt eget liv når den har forlatt fortelleren. Nå som du har mottatt min fortelling kan du igjen bruke den til å fortelle noe videre. Historien har ikke lenger nødvendigvis noe med min mening å gjøre. Min mening har blitt likegyldig. Og du kan bruke den til å illustrere andre poenger enn det jeg var ute etter. Historien har nå fått en ny forteller, og selv om fortellingen er annen er den var, er den også den samme. Kanskje kunne noen brukt min fortelling om hjelpsomhet til å illustrere at unge menn har dårlig råd?

Unge menn har i dag så dårlig råd at de ikke har råd til å kjøpe enkle basisvarer. Jeg hørte det faktisk fra en venn. Hun måtte betale for en kjekspakke for en fyr på butikken.

Filosofen Paul Ricoeur (1984) skriver at når en persons opplevde historie fortelles i dialog og skrives ned, er narrativet ikke lenger koblet til øyeblikket da det oppstod. Det har nå blitt autonomisert og lever sitt eget liv uavhengig av sitt oppstandelsesøyeblikk. Narrativet kan nå innta nye og kanskje tidligere utilsiktede meninger. Narrativet har nå blitt en "åpen tekst" og lever ut i sinnene til lytterne som nå er de som opplever narrativet.

For å unngå at historier misforstås kan en validering la fortelleren bekrefte lytterens antakelser og analyser av historien (Moen, 2006). Torill Moen fortalte meg om en situasjon hvor denne autonomien og tolkbarheten til en historie spilte seg ut og om hvordan de sørget for å koble historien til den meningen.

“Jeg har en stipendiat som studerer mottaksklasser. Mottaksklasser er for barn som kommer som asylsøkere. Stipendiaten min har samlet data og fått tilgang med video. En dag er det en ny elev, og vi ser på videoen at læreren ikke ser på det barnet. Det ser egentlig ganske trist ut. Og da begynner vi jo med vår fortolkning på det, deretter blir det neste trinnet for stipendiaten å få læreren til å se på det og få lærerens fortelling. Læreren forteller at hun har erfaring med at de synes det er godt at de ikke får for mye fokus med det samme de kommer, så hun vil gi dem litt tid. Og da ble det en annen fortelling. Det snur helt om på det. Først er det en fortelling om avvisning og å bli oversett når du bruker ditt perspektiv eller din fortolkning av det. Så blir det en fortelling om omsorg, en fortelling om å bli tatt hensyn til. Det er et etisk dilemma her. Det er veldig viktig å få tak i hennes fortelling, ellers kunne det vært to typer narrativer her.” (Moen, 2018)



Resultater

👁 Observasjon

Ikke alle historier blir fortalt. Som beskrevet av Torill Moen i historien om læreren i mottaksklassen, er det noen historier vi observerer. Observerte historier kan på en måte tenkes på som den mest virkelighetsnære versjonen av historier. De er i større grad tappet for subjektivitet. Allikevel, når de utspiller seg for våre øyne, bruker vi våre subjektive historiedrevne hjerner og vår forforståelse til å forklare hendelsene. Vi gjenforteller dem og vi bruker de observerte historiene til å lage generaliseringer om verden rundt oss. Vi gir observasjonene mening ved hjelp av våre allerede eksisterende forforståelser av verden. Kanskje ville det vært slik en utenforstående observerte mitt møte i butikken:

I butikken. En kvinne har betalt. Hun ser bak seg. Hun sier 'jeg kan ta den, jeg'. Hun betaler for en pakke kjeks mannen bak henne i køen har lagt på båndet. Hun smiler. Hun tar fort med seg kjeksen og forlater butikken i en annen retning enn kvinnen.

Phillips (1997) påstår at en historie må være sann for at den skal være verdibærende for forskning. Vi kan ikke alltid si hva som er årsakene til atferden vår; noen ganger er vi ikke klar over hva vi gjør eller ikke ærlige om hva vi gjør. Følgelig mener han at gjenfortellingen av en utenforstående kan være mer sannferdig enn en historie fortalt i førsteperson av den som står midt i situasjonen som skal undersøkes.

Marit Ursin fortalte om deltakende observasjon. Hun opplevde at dette var det nærmeste hun kom å studere virkeligheten.

“I min master i sosialantropologi gjorde jeg deltakende observasjon på gata i Brasil blant unge mennesker som bodde på gata. Da hang jeg med dem og lærte av dem. Hvis man virkelig vil studere virkeligheten, bør man gjøre deltakende observasjon og se folk i hverdagskonteksten, på skolen eller i hjemmet.” (Ursin, 2018)

Vi er nødt til å være bevisst historiens autonomi og vår forforståelse når vi observerer en hendelse utenfra. Slik Torill Moens eksempel fra mottaksklassen illustrerer er vi overlatt til vår egen subjektivitet om vi ikke validerer betydningene av våre observasjoner.

Resultater

☰ } Generaliseringer

Flere historier kan sammen beskrive en kultur eller en gruppes meninger og handlinger. Av og til er lytteren en forsker som er ute etter å forstå en gruppe. Slik kan et narrativ bli forvandlet. Den er ikke lenger en enkel historie som sier noe om fortelleren eller lytteren, men et datapunkt i en samling av opplevelser som kan skildre og kommunisere om kulturen eller tiden historien spilte seg ut i. Slik blir historien først redusert til et datapunkt, og kan senere trekkes frem som et eksempel på den studerte adferden. Verdien av historier fremfor mer kvantitative data er at historier er gode på å beskrive motivasjoner og følelser.

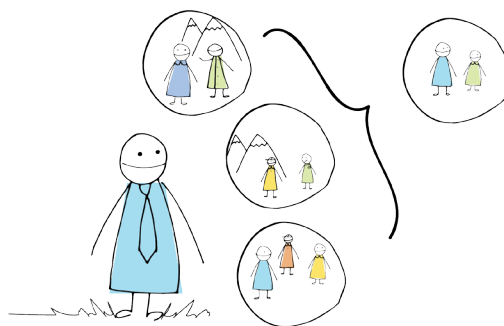
Generelt sett opptrer unge nordmenn med gærmildhet og hjelpsomhet. De observerer verden rundt seg aktivt og intervensjoner dersom de kommer i kontakt med en person de opplever at er i nød. Rapporten dilsier at de det siste året har vært i en eller flere situasjoner hvor de har hatt muligheten til å hjelpe en fremmed og at de da ofte har grepet denne muligheten. Et eksempel er denne historien Aurora Nicobisen Brun forteller her.

Narrativ forskningsmetode er en form for kvalitativ forskning som har fokus på den subjektive og opplevde. Narrativ forskning bruker tekster, historier, dagbøker, brev, samtaler, intervjuer, bilder og livsopplevelser som analyseenhet (Clandinin, Connelly, & Others, 2000, s. 98–115).

Fordi alle mennesker lever historiedrevne liv kan det påstås at narrativ forskning er undersøkelsen av hvordan mennesker opplever verden (Gudmundsdottir, 2001). Marit Ursin fortalte meg om hvordan hun kombinerte narrativ metode med deltakende observasjon for å forstå og lære om hvordan menneskene hun jobbet med opplevde sine liv.

“Når jeg beskriver hvordan de sover på gata, så beskriver jeg mønstrene jeg observerer, altså det jeg observerer at de gjør. Men det er minst like viktig med deres subjektive opplevelse, hvorfor de velger å sove som de gjør. Deres forståelse og deres opplevelse av det som skjer er minst like viktig som hvordan de sover, hvor de sover eller i hvilke perioder. Jeg opplever at å ha en deskriptiv oppramsing i seg selv ikke er spennende nok. Det er hvordan de resonnerer, det er der vi kan lære mer.” (Ursin, 2018)

Man kan påstå at en historie kan si like mye om en kultur som om karakterene i historien eller fortelleren (Vannini, 2009). Sosialantropologen Clifford Geertz (1973) beskriver fortellerens forståelse av sin egen historie som opplevelses-nær, og en forskers forståelse som opplevelses-fjern. Forskeren kan forklare og forstå historien som en del av bredere sosiale fenomener eller diskusjoner. Vi har følgelig, som utenforstående, en mulighet til å bruke historier som forståelsesskapende verktøy for mer enn én persons subjektive opplevelse.



Resultater

Analyse og forståelse

Når vi har samlet historier om episoder som på en måte uttrykker noe om følelsene og motivasjonene til fortellerne kan vi, som nevnt, begynne å bygge generaliseringer. Vi kan da velge å bruke magesfølelsen vår eller vi kan gå mer analytisk til verks.

Hvilke motivasjoner ligger i denne generaliseringen om at unge nordmenn opptrer hjelpsomt? Kanskje ønsker de å bli sett som omsorgsfulle, gode og rapporterer i stor grad dette som en del av sin identitet. Eller vil de bli sett som heldige og ressurssterke?

Både lytter og forteller er aktive i sin tolkende aktivitet gjennom samtale. Forskere som benytter seg av narrativ forskningsmetode bør benytte seg av teori når de tolker narrativer. Den pågående interaksjonen mellom teori og empiri gjør det mulig å forstå og oppnå ny innsikt (Moen, 2006). Det er ikke alltid enkelt for oss å skille ut forståelse fra data vi har samlet, den franske sosiologen Daniel Bertaux sier det slik:

“It takes some training to hear, behind the solo of a human voice, the music of society and culture in the background” (Bertaux, 1990, s. 167–168)

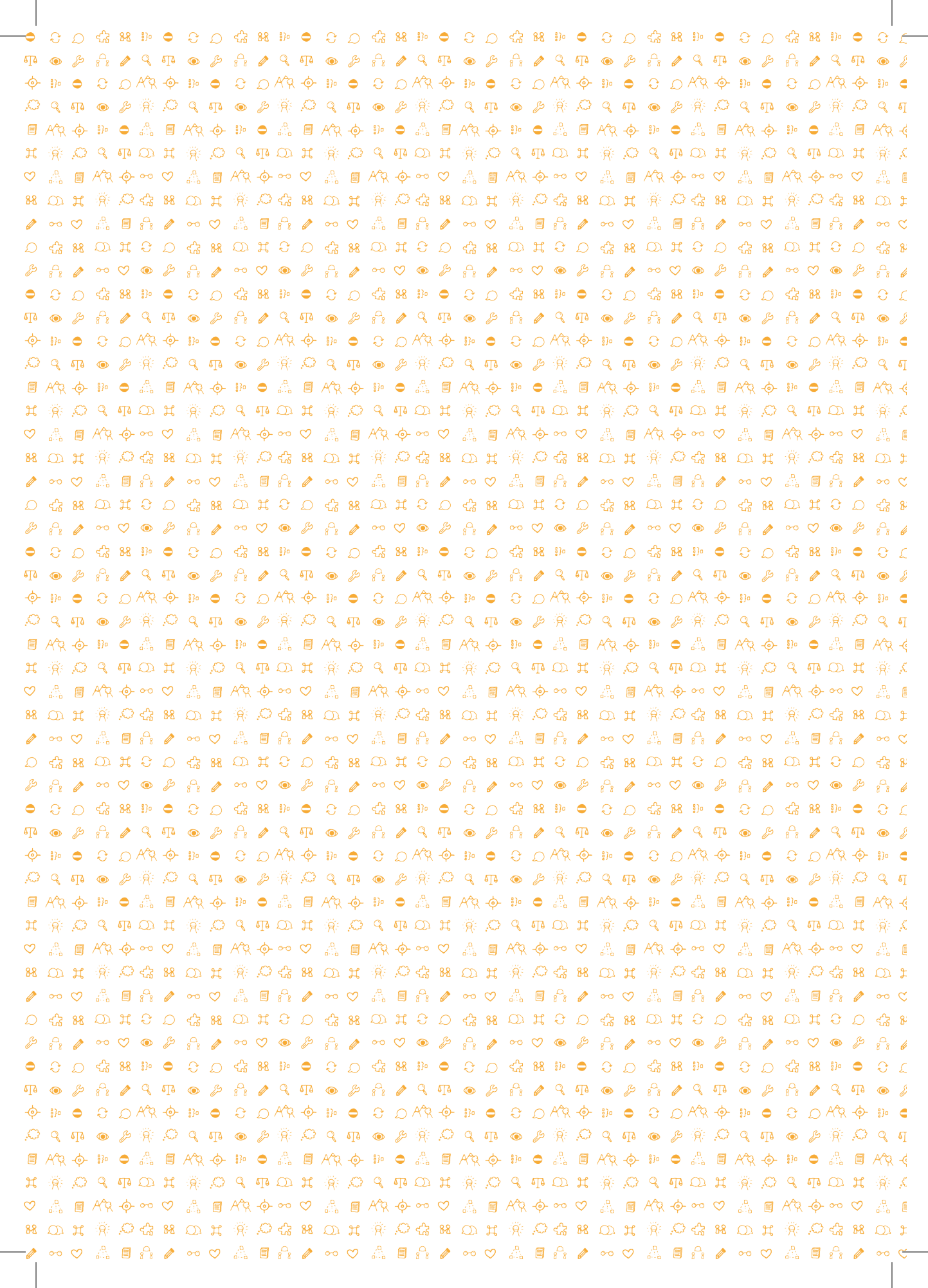
Aksel Tjora forklarte hvordan han jobber med analyse av datasamlingene sine.

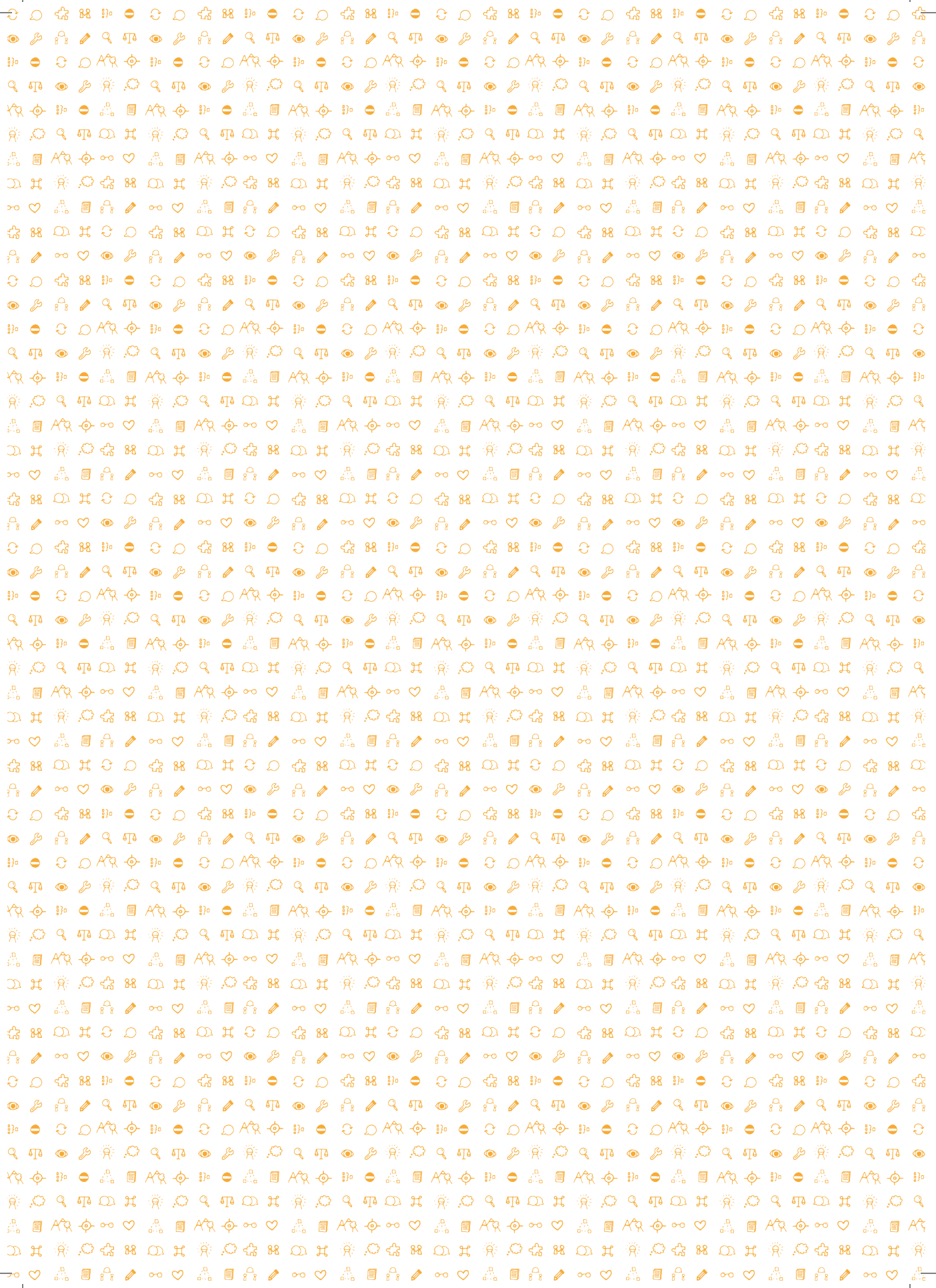
“Jeg transkriberer alt og så koder jeg det. Det vil si at jeg setter detaljerte knagger eller koder på ulike segmenter av teksten. Poenget da er at hvis man får en person til å fortelle om en veldig konkret historie, så vil koden gå veldig konkret på en episoden. Koden er såpass detaljert så du husker det intervju-utdraget. Koder komprimerer data veldig mye og representerer et detaljert ekstrakt av materialet. Det neste vi gjør er kode-gruppering, vi samler temaer og grupperer kodene i dem. Så velger man ut noen av temaene som er aktuelle å jobbe videre med. Det er veldig induktivt, du bygger ting nedenfra. Om du har gode intervjuer og gode data, så bygger man en analyse nedenfra.” (Tjora, 2018)

Også Torill Moen fortalte om induktiviteten i metoden og hvordan hun kombinerer historier fra mennesker med teori for å løfte stoffet og forsøke å skape forståelse.

“Jeg går induktivt inn i datamaterialet mitt, det betyr at jeg bestemmer ikke på forhånd hva jeg skal finne. Det er forskningsdeltakerne som skal snakke til meg og da kan det jo hende at det er noen fortellinger som trer frem. Ofte så har jeg masse kvalitative data og så prøver jeg å få tak i mønster i det datasettet. Er det noe som gjentar seg her? Er det noe som jeg kan si at gjennomsyrrer dette materialet? Og så henter jeg ut en analyseenhet, en historie som kan illustrere akkurat dette mønsteret. Så må jeg jo se det i lyset av teori senere, for å få en ytterligere forståelse av det og å løfte det fra det hverdagslige og forsøke å forstå hva er det dette handler om.” (Moen, 2018)

Slik kan induktiv innstilling til en samling historier støttes opp av teori og lære oss om hvorfor og hvordan mennesker opptrer i verden.





Anvendelser

Basert på resultatene i denne delen om hva historiefortelling kan bety for mennesker har jeg ekstrahert fem pragmatiske betraktninger. Disse har sitt utspring i min forståelse av design og innsiktsarbeid. Temaene er koblet til praktiske anvendelser av kunnskap om historier i designaktiviteter. De representerer også en reflekterende bevisstgjørelse av bruken av historier i design.

Historier som innsikt og forståelse

Det har gjennom arbeidet blitt tydeligere at historier fra virkeligheten kan være gode datasett for forskere. Designere ønsker også på sett og vis å forske på aktuelle brukere. Dette underbygger tanker om å bruke historier som innsikt og at vi kan trekke ut generaliseringer om atferd fra dem, men også mye mer. Det er stor verdi i å bruke historier for å fange emosjoner og ambisjoner i innsikten, i tillegg til mer operasjonelle beskrivelser.

 GENERALISERINGER

Troen på historier som en tilknytning til virkeligheten gir tanker om at vi som designere kan samle innsikt som historier, eller episodiske rapporteringer. De er knyttet til virkeligheten og kan hjelpe folk til å fortelle om seg selv og sine vaner og sine liv. Aksel Tjøra antydte at det er enklere for folk å svare på hva de gjorde i går, enn hva de generelt sett gjør. Slik kan det samles mer virkelighetsnær innsikt, som ikke bare skildrer brukerens eksplisitt antatte atferd.

 VIRKELIGHETSNÆRHET

Ved å lytte til menneskers historier kan designere få forståelse for, ikke bare brukerens atferd, men også hvem brukeren ønsker å fremstille seg som og hvilke verdier de baserer handlingene sine på. Mennesker bærer narrative identiteter inne i seg selv, men identitetene skapes også når vi samtaler med andre, vi deler våre identiteter med dem gjennom historiene vi forteller. Ved å være klar over at grunnen til at folk forteller en historie ikke alltid er handlingen i historien, men hvordan handlingen reflekterer dem selv, kan designere lære mer om menneskers motivasjoner og verdier.

 IDENTITETSNARRATIV

OBSERVASJON

Å basere innsiktsarbeid på observasjon er kjent. Det gir også en tydelig tilknytning til virkeligheten og kan kanskje virke som en god partner til subjektiv historiefortelling. Observasjoner er mer operasjonelle enn fortalte historier, og er ikke farget av aktørens subjektivitet. Observasjonen er dog i fare for å bli påvirket av observatørens subjektivitet.

ANALYSE OG FORSTÅELSE

Designere kan lære noe av de narrative forskerne når det kommer til analyse av materiale. Det er verdt ta stilling til hvor metodisk og induktivt vi jobber i analyse av innsiktssamlinger. Potensielt er det for tidkrevende å analysere like dyptgående som forskere gjør det, men vi kan låne og modifisere metoder for å holde på den induktive innstillingen til innsikten. Ved å la materialet tale for seg selv, vil vi potensielt oppdage uante mønstre. En induktiv innstilling øker sannsynligheten for å finne ting som utfordrer vår forforståelse i prosjekter.

FORFORSTÅELSE

Det er dog verdt å merke at historier ikke nødvendigvis kan beskrive all atferd eller alle holdninger. Det kan dermed være nødvendig å kombinere historier med annen form for kvalitativ og kvantitativ informasjon om kontekst og mennesker.

Designere bør altså forsøke å samle deler av innsikt som historier. Dette kan skape forståelse og empati for brukerens identitet og opplevde virkelighet. Selvrapporterte episodiske historier bør kombineres med annen form for innsikt.

Anvendelser

Subjektivitet og virkelighetens polyvokalitet

I prosessen med å bruke historier i design og kanskje i design generelt er vi nødt til å være bevisste vår egne og andres subjektivitet og virkelighetens polyvokalitet. Dette er nødvendig både som forteller og lytter til historier, og når vi ser for oss virkeligheten vi skal designe for.

Beskrivelser av polyvokale narrativer øker bevisstheten rundt å forsøke å se perspektivet til andre karakterer enn hovedbruker når vi forteller historien om et design. Hvordan opplever folk rundt brukeren designet? Hvordan er det for de som jobber med designet? Det går også an å forsøke å snakke om eller se den designede virkeligheten med forskjellige briller.

 POLY- OG UNIVOKALITET

Under intervjuer av brukere eller når vi hører historier om en hendelse er det nødvendig å være klar over at historiene ikke nødvendigvis den mest korrekte realiteten, men at de likevel bærer en verdi. Det er, som nevnt, nødvendig å kombinere subjektive historier med annen, mere objektiv data. Det er ikke desto mindre en verdi i å samle subjektive fortellinger om en hendelse da det kan være vanskelig, eller umulig, for oss å observere eller å kvantifisere individets opplevelse. Det er også nødvendig å selv være klar over at vi er subjektive i våre opplevelser og historieformuleringer.

 SUBJEKTIV FORTELLER

Designere er nødt til å huske egen og andres subjektivitet i anvendelsen av historier i design. Dette kan lede til dypere forståelse av opplevelsene til flere individer i systemet.

Forforståelse og induktivitet



FORFORSTÅELSE

Designere må bevisstgjøre seg egen forforståelse og medforteller-rolle i en designkontekst. Når, og før, vi hører historier bør vi gjøre oss bevisst vår egen forforståelse og vi bør forsøke å ta inn over oss lytternes forforståelse når vi selv forteller. Hva er våre verdier eller antakelser på vei inn i et prosjekt eller en samtale? For enklere å kunne tre utenfor vår forforståelse bør vi gjøre oss bevisst hvilke antakelser vi gjør om menneskene og konteksten.



AUTONOMI

Det må også være viktig å være bevisst historiens autonome natur i anvendelsen av historiefortelling i design. Som designer og forteller har jeg et ansvar for å videreføre andres historier på en forsvarlig måte. Kanskje burde det strebes etter å ikke gi ny mening til historien, men å beholde meningen fortelleren tilla historien. Deler av innsiktsarbeidet kan brukes til å validere at forståelse er den rette.



ANALYSE OG FORSTÅELSE

I innsamlingen av innsikt, om det er gjennom observasjon eller intervjuer, og i analysen av materialet den bør innstillingen være induktiv. Det kan være vanskelig å legge fra seg forståelser man har før, eller man anskaffer seg under, et prosjekt. Å gjøre seg eksplisitt bevisst disse, kan hjelpe designere å arbeide mer induktivt.

Anvendelser

Historiers sosiale natur

Designere kan gjøre som Marit Ursin og bruke dialog til å skape mening og forståelse. Historiers sosiale natur kan brukes til å utvinne mer mening i en intervjusetting. Å la flere mennesker snakke sammen om et tema og skape sosiale fortellingssituasjoner kan avdekke mer mening og innsikt enn enkle intervjuer hvor det kun er én forteller.



Som designere kan vi være medfortellere i brukerens historie. Vi har ofte innsikt i det som diskuteres eller som det fortelles om. Som designere forsøker vi å skaffe oss “teoretisk erfaring” med det brukeren snakker om, denne representerer vår forforståelse. Det er verdt å tenke over hvordan det er for intervjuobjektet å få en medforteller som ikke har direkte kunnskap om hendelsene, men som likevel kan se for seg potensielle hendelser i historien.

Det kan altså lønne seg å samle folk når man bruker historier til å skape delt forståelse. Samtaler, både mellom oss selv og brukere, og brukere imellom, kan kanskje føre til dypere forståelse enn de enkelte historiene. Sammen kan folk gi mening og struktur til delte opplevelser og identiteter. Slik kan vi også konstruere polyvokale narrativer som på en bedre måte beskriver et tema.



Historier som kommunikasjon



FORKLARING OG FANTASI

Det kan virke naturlig for både designere, interessenter og aktuelle brukere å snakke om, og strukturere tjenester og produkter gjennom historier. Det kan lønne seg for oss å formulere forklaringer som historier heller enn operative beskrivelser av hvordan ting fungerer. Dette gjelder spesielt hvis vi skal kommunisere om eller forsøke å forstå meningen ved en handling eller hendelse. Dette kan også fungere for å fremkalle fantasier om hvilke hendelser som har foregått før eller som vil foregå etter en hendelse.



VIRKELIGHETSNÆRHET

Konkrete hendelser kan også kan virke mer overbevisende enn generaliseringer. Som designere kan vi være nødt til å selge arbeidet vårt til interessenter, kanskje kan episoder illustrere innsikt på en mer bevegende og minneverdig måte enn operasjonelle forklaringer. Ved å gjenfortelle menneskers historier kan vi kommunisere om og skape forståelse for brukernes identiteter og verdier.



IDENTITETSNARRATIV



AUTONOMI

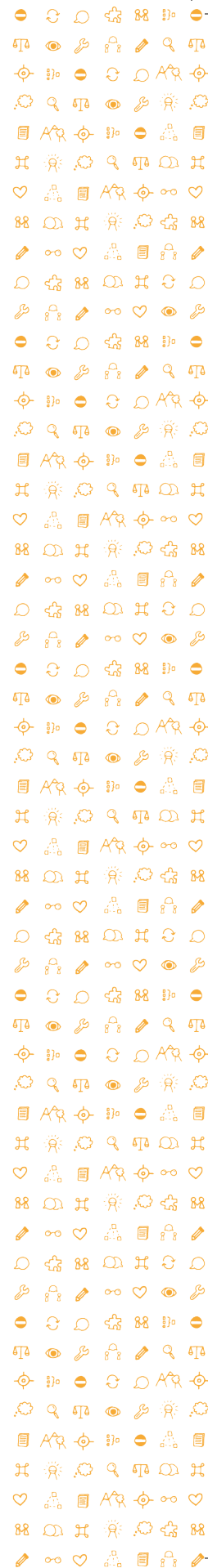
Det er, som nevnt viktig å være bevisst at historiene vi bruker i kommunikasjon lever videre. Historier blir autonome hos lytterne og det er kanskje derfor viktig og relevant å gi tilleggsinformasjon for å støtte opp under historiens mening. I tillegg er det nødvendig å ta stilling til hvilket forståelsesrom lytterne har. Selv om et design eller en historie gir mening for fortelleren, er det ikke nødvendigvis slik for lytterne.

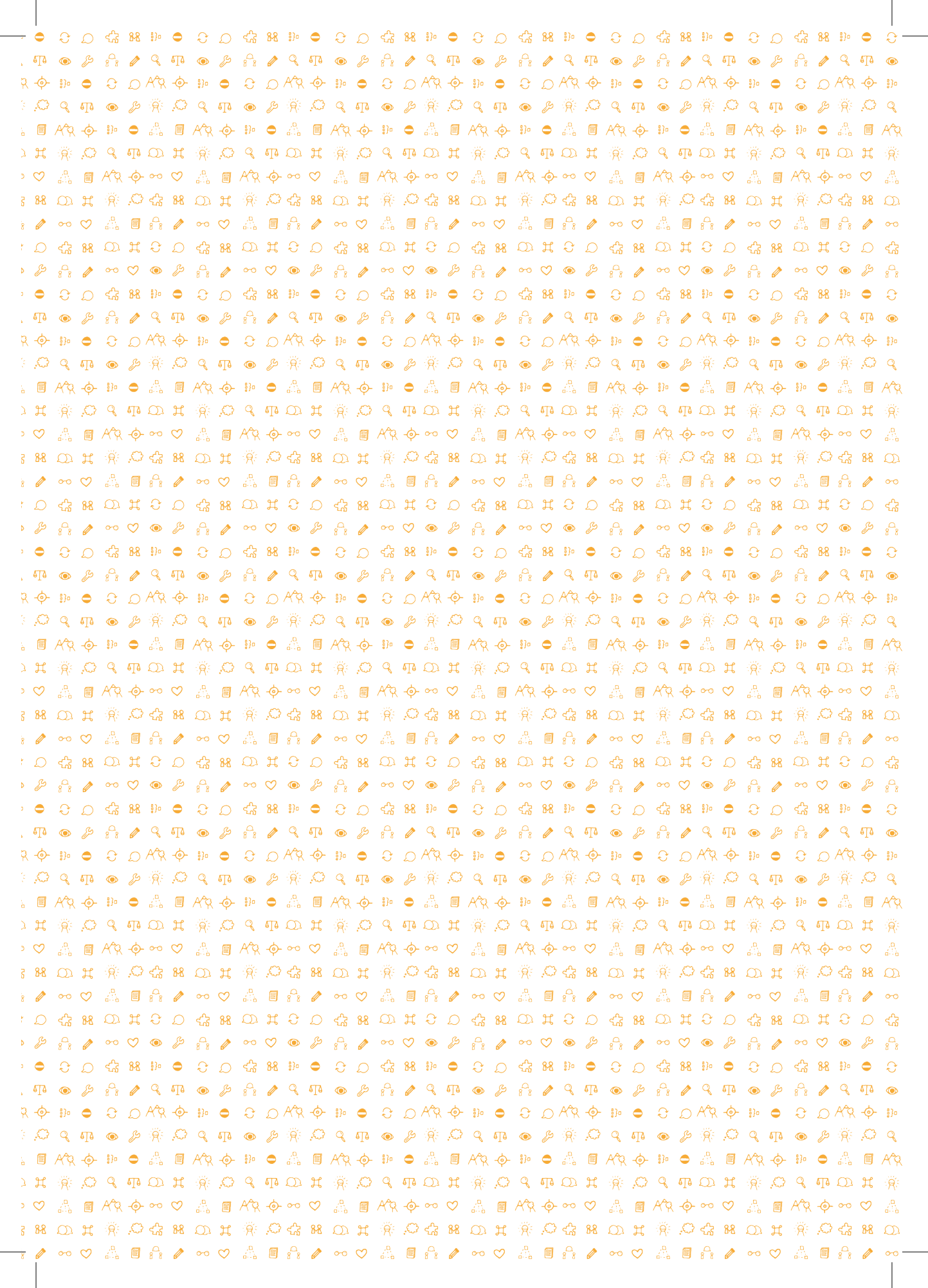
Refleksjoner

Denne utforskningen, både om historiefortelling og kvalitativ forskningsmetode, har gitt meg tanker om at vi som designere potensielt lærer for lite om kvalitativ metode. Det eksisterer, i designmiljøet, en sterk tro på designeres magefølelse og intuisjon. Arbeidet med dette materialet har gjort det tydelig for meg at jeg også har denne troen, men samtidig opplever et behov for et oppgjør. Det står for meg som en mulighet til å bevisstgjøre meg min forforståelse, som designer i prosjekter og som forfatter av denne oppgaven. Det blir tydelig for meg at mitt ønske om en mer kontinuerlig og induktiv innstilling til innsikt- og forståelsesskapende arbeid kan ha vært mer drivende for oppgavens opphav enn jeg først var klar over.

Historier representerer nå også mer enn jeg hadde hatt mulighet til å forestille meg. Ikke bare representerer de en dataenhet eller et kommunikasjonsverktøy, slik innstillingen min var i høst, da jeg jobbet med forprosjektet til denne oppgaven. Historier har nå presentert seg for meg som en sentral kognitiv funksjon. Det er nå også en måte å observere verden og menneskene som beveger seg i og opplever den.

Historiefortellingen og dens subjektivitet gjør meg også mer bevisst min egen subjektivitet, både i designarbeid og i arbeidet med denne oppgaven. Å ha oppdaget begreper som forforståelse åpner for nye måter å snakke om og tenkte om forståelse i design. Oppgaven handler i økende grad ikke bare om historier, men også om forståelse og hvordan forståelse spiller seg ut i en designprosess.





Del 3

Hva betyr historier for designere?

I følgende del vil mitt arbeid med å forstå designeres erfaringer med og refleksjoner rundt anvendelsen av historiefortelling i design beskrives.

- s. 70 Metode** - Om intervjuer med designere og analysen av materialet fra disse.
- s. 75 Resultater** - Om materialet som fremkom i intervjuene i et sett med tematisk oppdelte underkapitler.
- s. 102 Anvendelser** - Om designerens mulige anvendelser av materialet.
- s. 106 Refleksjoner** - Om mer bstrakte tanker tilknyttet materialet.

Metode

Med bakgrunn i forståelsene om historier fra forskere og andre fagfelt, var det på tide å ta et skritt inn i designernes virkelighet og finne ut av hvordan designere i realiteten anvender historiefortelling.

Intervjuer

For å åpne mulighetsrommet og forstå hvordan designere i dag bruker historiefortelling i sin praksis ble et utvalg designere kontaktet. Disse ble valgt ut på basis av en antakelse om at de kunne representere forskjellige perspektiver og erfaringer. Målet med denne intervjurunden var et ønske om å koble det jeg nå visste om historier generelt, til historier i design.

For å ikke legge for sterke føringer på intervjuene med designerne fikk samtlige samme begrensede informasjon om min masteroppgave og mine interesser. De fikk alle en versjon av følgende introduksjon på e-post:

Mitt navn er Aurora og jeg skriver denne våren master ved Institutt for design på NTNU. Min masteroppgave omhandler historier og narrativ, og hvordan designere bruker dem til å kommunisere og å skape forståelse. Jeg har som et mål for min oppgave å utforske hvordan designere benytter seg av og forstår historier og narrativ. I den forbindelse ønsker jeg å gjennomføre intervjuer med designere som har forskjellige perspektiver og erfaringer med temaet.

Denne sparsommelige informasjonen om temaet for intervjuene førte til at flere av de jeg snakket med hadde samme svar på mitt innledende spørsmål.

Aurora Nicolaisen Brun: "Hva er din første tanke hvis jeg sier historiefortelling i ditt arbeid?"

Kristin Wigum: "Ja, min første tanke ja. Min første tanke da jeg fikk henvendelsen var, jeg vil jo gjerne bruke historier, men gjør jeg det? Så da ville jeg nesten stille deg et returspørsmål på hva legger du i begrepet historie."

— —

Aurora Nicolaisen Brun: "Kan du fortelle meg litt om hva historier er i design for deg?"

Ingvill Hoffart: "Det var det jeg skulle spørre deg om, hva mener du med historier? Men jeg kan jo si hvilke assosiasjoner jeg får til det."

Dette resulterte i at jeg fikk det jeg hadde håpet på, forskjellige perspektiver både på design generelt og på historiefortelling i design. For å sørge for at jeg også fikk svar på mer konkrete spørsmål og for å drive samtalene i en retning brukte jeg en enkel intervjuguide. (Vedlegg A)

Intervjuene varte i underkant av en time og de intervjuede var praktiserende designere og akademiske designere. Samtlige signerte, som forskerne i første intervjurunde, samtykkeskjema (Vedlegg B) for intervjuet og bekreftet at jeg kunne ta opp lyd fra intervjuet.

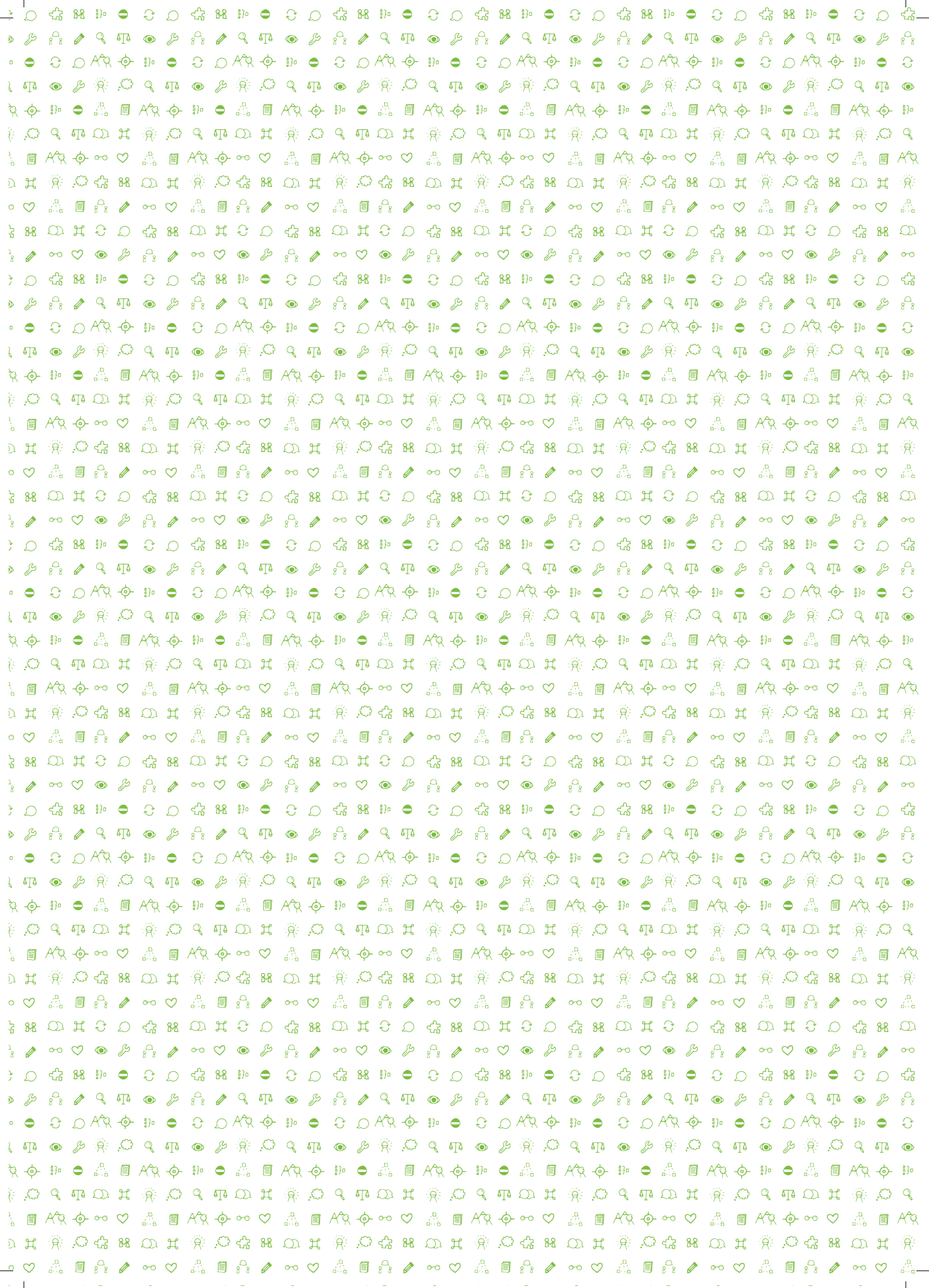
Metode

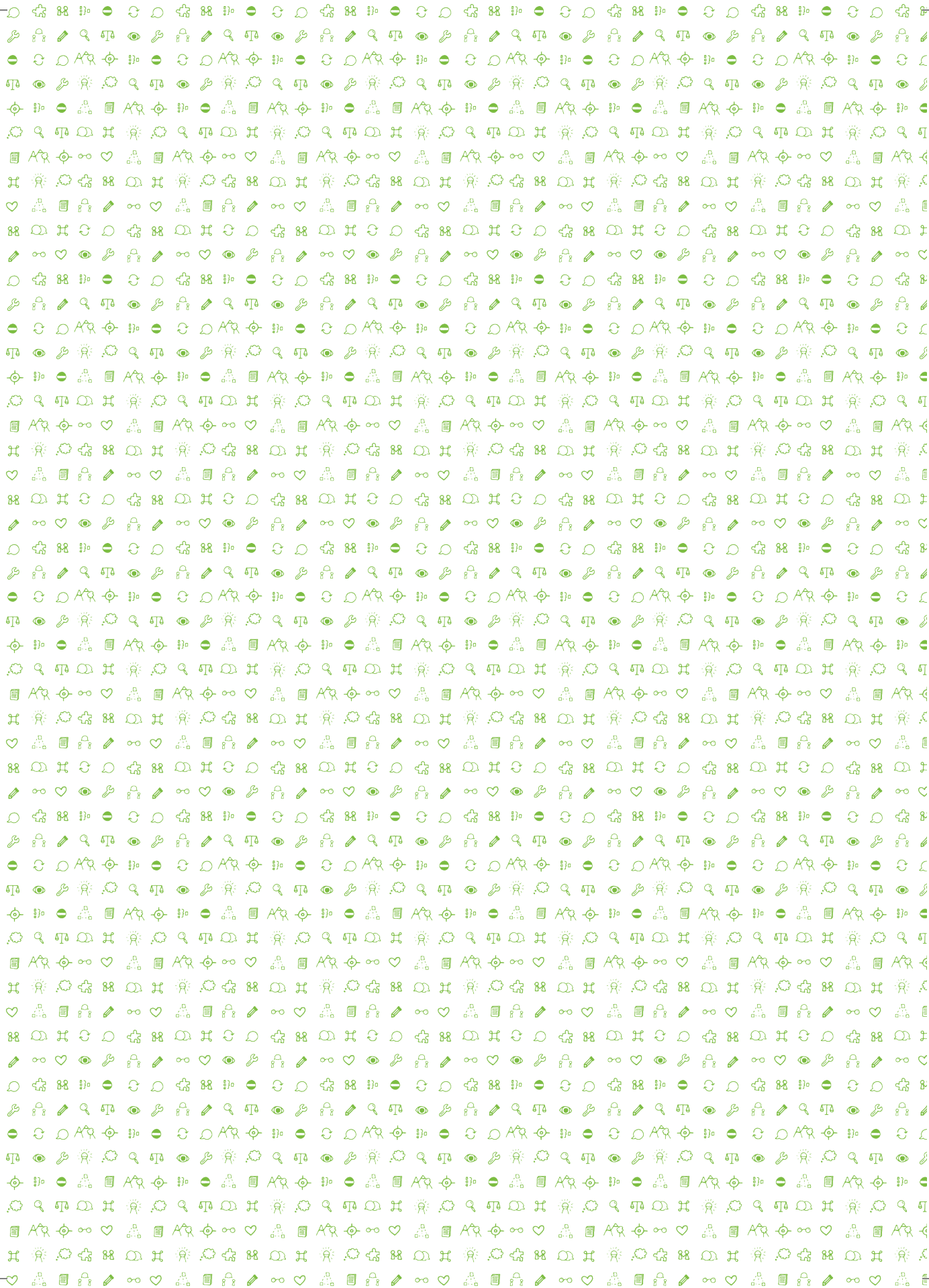
Analyse

Å bearbeide materialet fra disse samtalen skulle vise seg å være utfordrende, men øyeåpnende, både med tanke på materialet som presenterte seg og analysemetoden. Ved å høre gjennom samtlige intervjuer og ta notater underveis fikk jeg oversikt over materialet. Basert på forståelsen fra blant annet Aksel Tjora bestemte jeg meg for å forsøke å kode notatene fra intervjuene. Resultatet ble 167 koder (Vedlegg C).

Med hensikt å induktivt behandle kodene, søkte jeg etter mønster og forsøkte å redusere dem til tematiske kategorier. Første forsøk gjennomførte jeg med whiteboard og tusj. Jeg startet på toppen av listen og ga hver nye kode som dukket opp en kategori, etterhvert passet resterende koder inn i de allerede eksisterende kategoriene. Det resulterte i et sett med elleve kategorier (Vedlegg D). Deretter forsøkte jeg å kategorisere kodene i et differensial mellom emosjonell og operasjonell, og å få eller gi forståelse (Vedlegg E). Dette resulterte ikke i noen åpenbaringer. Deretter forsøkte jeg igjen å kategorisere kodene, denne gangen digitalt. Jeg fjernet duplikater, slik at hver kode var unik, og satt ting sammen som jeg opplevde at hadde en felles karakter. Dette resulterte igjen i elleve kategorier (Vedlegg F) som var både like og ulike de kategoriene jeg hadde laget i første omgang. Det siste settet med kategorier endte opp med å være temaene som nå vil beskrives.



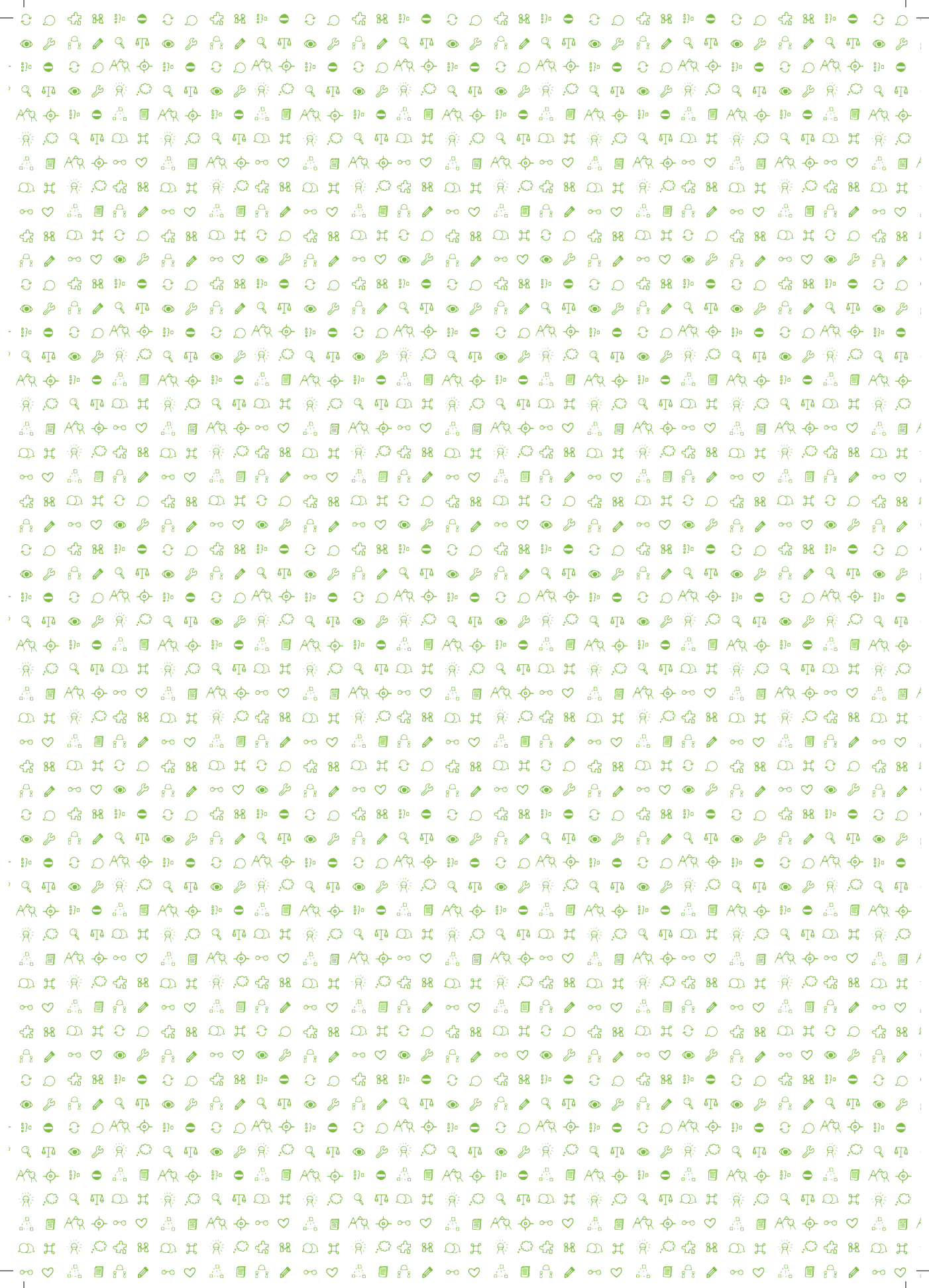




Resultater

Intervjuene, og analysen av dem, kombinert med resultatene fra forrige intervjurunde resulterte i elleve temaer som vil bli beskrevet i følgende underkapitler. Disse kapitlene beskriver forskjellige temaer knyttet til hvordan og hvorfor designere kan benytte seg av historiefortelling i design. Med hensikt å mer generelt beskrive verdien av historier for designere har jeg til en viss grad forsøkt å distansere temaene fra konkrete designaktiviteter. Det har dog tidvis vist seg vanskelig og noen av temaene har en tydelig kobling mot aktiviteter eller verktøy. De stedene hvor materiale fra kapittelet *Hva betyr historier for mennesker?* benyttes vil være merket.

-  **Mål og effekt**
-  **Mulighetsrom, fantasi og fremtid**
-  **Kvalitativ innsikt**
-  **Verdigrunnlag og samfunn**
-  **Empati og internalisering**
-  **Samskaping**
-  **Intervensjoner**
-  **Overbevisning og kommunikasjon**
-  **Visualisering, verktøy og Gode Historier**
-  **Begrensninger**
-  **Etikk og ansvar**





Hva betyr historier for designere?

Følgende underkapitler vil beskrive de temaene som ble avdekket gjennom intervjuene med designere.

Temaene vil, også i dette kapittelet, illustreres av sitater fra intervjuer. Disse sitatene presenterer generelle trekk ved samtalen jeg hadde med designerne.

Underkapitlene vil også inneholde refleksjoner rundt hva informasjonen som blir presentert kan ha å si for anvendelsen av historiefortelling i design.

Resultater

Mål og effekt

I begynnelsen av et designprosjekt er det nødvendig å gjøre eksplisitt hva som er målene for prosjektet. Hvilke effekter skal prosjektet resultere i? Hvordan skal prosjektet resultere i endringer for brukerne? Hva er det vi strekker oss etter i prosjektet? Kristin Wigum fortalte om sine syn på hvordan målet i en designprosess bør være.

“Veldig ofte er målet ikke-fysisk. Jeg vet ikke hvordan løsningen blir før jeg starter, men jeg har en slags visjon. Hvis du tenker deg en kopp, så har du en hovedfunksjon, du skal kunne drikke av den til slutt, men du aner ikke om den skal ha en hank eller hva den skal være lagt i eller hvor stor den skal være og så videre.” (Wigum, 2018)

Så da er vi nødt til å definere dette ikke-fysiske målet. Det er også nødvendig å bruke det eksplisitte målet til kontinuerlig å holde stødig kurs gjennom et prosjekt. Koppen Kristin Wigum beskriver er ikke fullverdig om den ikke gir en god drikkeopplevelse. Et design er ikke godt før det spiller ut sin rolle som rekvisitt i en menneskelig opplevelse. Designere er altså nødt til å holde fast ved verdier og mål for prosjektet gjennom hele prosessen. Kristin Wigum fortalte også om et prosjekt hvor de gjennom hele prosjektet forsøkte å holde fast ved prinsipper og verdier for brukerne.

Prosjektet var for *Livsglede for hjemmeboende eldre* hvor målgruppen som ble utpekt var de mest sårbare, de som begynner å trekke seg unna hverdagsaktiviteter og isolerer seg. Wigum fortalte om hvordan de jobbet for å holde på denne brukergruppen, på tross av de store hindrene, gjennom prosjektet. Målet var å få disse til å melde seg på tjenesten, på tross av at de ikke visste hva tjenesten skulle være. Slike mål gjør det mulig for oss å holde fokus på de menneskelige opplevelsene gjennom prosessen.



FORKLARING OG FANTASI



POLY- OG UNIVOKALITET



FORFORSTÅELSE

Hensikten med å definere den ønskede effekten av en designintervensjon er altså å hjelpe med å holde fokus på hva som er den faktiske verdien av prosjektet, og å løfte blikket fra det operasjonelle. Jeg ser verdi i å forsøke å skrive en historie om denne ønskede effekten. En historie er enkel å huske og kan representere flere vokalteter blant menneskene som skal oppleve designet. Historier handler om mennesker og deres opplevelser, og ved å definere målet som en historie, definerer jeg også målet som en opplevelse. Slik kan jeg jobbe mot å holde fokus på den menneskelige verdien gjennom prosjektet.

Denne historien om målet vil representere min forforståelse i prosjektet. Det er nødvendig å eksplisitt bevisstgjøre seg denne forforståelsen for også å kunne tre utenfor den. Kanskje kan det bli nødvendig eller hensiktsmessig å skrive om denne historien om målet underveis i prosessen. Likevel bør jeg alltid ha en eksplisitt historie om målet som kan drive prosessen i riktig retning og bruke den til å validere at intervensjoner tilfredsstillir målet.

Resultater

Mulighetsrom, fantasi og fremtid

Å kunne se for seg og å forstå en mulig virkelighet eller fremtid som er ulik den man selv lever i er essensielt i en designkontekst. Jeg er allerede for sent ute, om jeg designer for nåtiden. Om jeg designer kun for meg selv, ekskluderer jeg andre opplevde virkeligheter. Det er nødvendig å lokalisere mulighetsrom for intervensjoner i nåtid og fremtid, og i egen og andres opplevde virkelighet. Designere må ta oppgjør med egen forforståelse av verden og forsøke å utvide sin forståelse til å romme kontekster de ikke selv har levd.

Så hvordan ta dette oppgjøret? Hvordan kan designere jobbe mot å internalisere denne fremtiden og mulighetsrommet den presenterer? Ingvill Hoffart fortalte om hvordan hun hadde planer om å bruke historier for å hjelpe en kunde til å forstå hvordan fremtiden ville påvirke deres brukere.

*“Vi skal ha en idéworkshop hvor det kommer masse forskjellige folk. Vi skal åpne opp mulighetsrommet, folk skal idégenerere og vi skal gjøre dem istand til å gjøre det. Vi tenker å innlede en av øvelsene med at vi forteller en historie om en kunde i 2025, hvilke vaner vedkommende har, basert på vår kunnskap om fremtidstrender. Vi skal videreføre det vi vet om tendenser i samfunnet og teknologiutvikling som kan være relevant for kunden, og det skal danne et utgangspunkt for idégenerering. I utgangspunktet tror jeg det er veldig mye mer inspirerende. Da knytter vi materialet til deres problemstillinger. Det er veldig lett å si at en av fremtidstrendene er individualisering, og så kan vi jo snakke om det, men vi må jo hjelpe dem med å se hvordan er den trenden relevant for dem. Og jeg tror at ved hjelp av en sånn historie så skaper man den linken.”
(Hoffart, 2018)*



FORKLARING OG FANTASI



IDENTITETS NARRATIV

Ideen om å bruke historier for å tilgjengeliggjøre en forståelse for en fremtidig virkelighet kan overføres til å bruke historier om parallelle, alternative virkeligheter. Slik kan jeg bruke historier fra andre mennesker til å forstå og internalisere deres opplevde virkelighet. Dermed kan jeg også få en forståelse for mulighetene som ligger i denne virkeligheten. Jeg har lært at vi bruker våre historiedrevne hjerner til å forstå og forklare og skape struktur i våre egne og andres opplevelser. Historier vil altså tilgjengeliggjøre forståelsen av hvordan og hvorfor menneskene i denne alternative virkeligheten opplever og opptrer i den. Historier kan også hjelpe oss med å forstå eller illustrere hvilke verdier mennesker deler i fremtiden. Identitet er, som Marit Ursin forklarte, i konstant endring.

Resultater

Kvalitativ innsikt

Historier om mennesker og deres opplevelser kan være materiale i innsiktsbyggende arbeid. Dette har jeg allerede lært om fra forskerne jeg snakket med i begynnelsen av prosjektet. Som nevnt bør designere ha et bevisst forhold til sin induktive eller deduktive innstilling til innsamlingen av data. Gjennom intervjuer, samtaler og observasjon kan man lære om menneskers opplevde historier med forankring i virkeligheten. Denne innsikten bør også kombineres med litteratur og teori om atferd eller kontekst. Innsikten bør beskrive både operasjonelle og emosjonelle opplevelser.

Nødvendigheten for, i innsiktsarbeid, en kobling til det virkelige liv har blitt tydelig. Som Aksel Tjora, og andre forskere snakket om, holder det ikke å høre etter hva folk tror og mener om noe, men man må lete etter deres virkelige opplevelser og episodiske erfaringer. Kristin Wigum fortalte om verdien av informasjonsinnhenting forankret i erfaring.

“Det er viktig når man er ute og samler inn informasjonen at man snakker med folk som faktisk har noen historier å fortelle som er forankret i erfaringer. At det ikke bare blir synsing. Fordi historien er viktig å ta hensyn til når man skal hente inn nye mennesker og selge prosjektet, da må du jo overbevise dem om at det er en bra idé. Men informasjonen og historiene du forteller dem må være forankret i andres erfaringer som er reelle. Du må si at ja, det her var faktisk noe de opplevde.” (Wigum, 2018)

Så hvordan skal vi få tak i disse historiene som kan skape forståelse for folks erfarte virkelighet? Ingvill Hoffart fortalte meg om hvordan hun bruker en dramatisk struktur i intervjuene sine for å forstå intervjupersonen, og om hvordan hun ser på de tre delene av intervjuene som forskjellige former for historier. Historiene beveger seg gjennom intervjuet fra å handle om individet til å handle om designet. Slik samles forståelse for hvem subjektet er og hvordan man best kan designe for personen.

 GENERALISERINGER

 ANALYSE OG FORSTÅELSE

 OBSERVASJON

 VIRKELIGHETSNÆRHET

“I et intervju rekker jeg å gå inn på tre temaer. I starten forsøker jeg å være ganske åpen og så blir det mer og mer spisset. I starten så prøver jeg å forstå hvem er denne personen. Hvilken relasjon har denne personen til det aktuelle tema. Hvordan forholder de seg til det i hverdagen? Hva er han opptatt av? Der stiller jeg veldig åpne spørsmål. For eksempel kan du fortelle om prikk, prikk, prikk. Og da ber jeg jo vedkommende om å fortelle en historie om seg selv.” (Hoffart, 2018)



VIRKELIGHETSNÆRHET

Jonas Asheim fortalte om å be om faktiske historier fra arbeidsdagen til ansatte i et prosjekt hvor de var ute etter å forstå internkultur på en arbeidsplass. Han fortalte at å be folk om å fortelle historier gav en tydelig tilknytning til den faktiske virkeligheten på arbeidsplassen. Til min overraskelse oppdaget jeg i arbeidet med oppgaven at sosiologen Aksel Tjora hadde fortalt en lik historie fra sin praksis. Han hadde også forsket på arbeidsliv og internkultur, og jobbet med å få folk til å fortelle konkrete historier for å skape forståelse og innsikt. Denne likheten forteller meg, ikke bare at det er mye interesse for arbeidsliv og internkultur, men hvor mange likhetstrekk jobbene til en sosiolog og en designer kan ha. Begge fagene er ute etter å forstå den opplevde virkeligheten til mennesker.

Brita Nielsen fortalte meg om sitt møte med kvalitativ metode da hun begynte arbeidet med doktorgrad. Hun uttrykte at hun mener designere burde lære mer om kvalitativ metode, av flere grunner. Hun mener det er lite fokus i designmetodikk på god intervjuteknikk, etikk og dypere refleksjon.

“Vi designere er veldig lite opptatt av å være lenge nok med personene til å faktisk forstå dem. Som designere er vi der bare frem til vi har kommet på en løsning og så går vi videre til neste person. Gjennom doktorgraden lærte jeg mye om intervjuteknikk. Jeg lærte at man må jo bli kjent med folk og skape tillit.” (Nielsen, 2018)

Resultater

Om analyse av, og forståelse for, samlede data i prosjektet fortalte hun om det jeg leser som et oppgjør med designerens forforståelse og subjektivitet. Og om hvor viktig det er å angripe data induktivt og å la løsninger springe ut fra innsikten, heller enn utgangspunktet for prosjektet. I utgangspunktet var målet med doktorgraden å lage en metodikk for hvordan man designer offgrid energiprodukter, men gjennom prosjektet ble det tydelig av brukerne hadde andre behov.

“Først analyserte jeg materialet og så etter hva det var de egentlig ønsket seg. Og så kom jeg dit at de har jo hatt ovner siden 1988 og de bruker dem ikke. Da synes jeg det er tjenesten rundt man må designe, ikke produktet. Så det var mange faser hvor jeg ikke visste hva jeg skulle gjøre. Jeg måtte tilbake og analysere det flere ganger. Når jeg hadde fått mer data måtte jeg tilbake til utgangspunktet og se om det var nye måter å forstå materialet på. Det viktigste meg å være mer om kvalitativ metode som designer er at man lærer mer om refleksjon, og så lærer man mer om at en selv ikke er objektiv, som er veldig viktig.” (Nielsen, 2018)

Jeg burde altså samle historier fra folks levde liv som innsikt i prosjekter. Det holder ikke å be folk rapportere hva de mener om noe, men hvilke erfaringer de har med det. Folks egne antatte atferd har en svakere tilknytning til virkeligheten enn de ekte erfaringene de har. Det holder ikke å spørre ville du ha hjulpet en fremmed?, jeg burde spørre kan du fortelle meg om en gang du fikk muligheten til å hjelpe en fremmed? for å få tak i historier som er tilknyttet folks faktiske erfaringer. Kanskje kan det likevel også være nyttig å spørre om alternative situasjoner for å forstå verdiene brukerne ønsker å representere. Slik kan episodiske erfaringer og identitet kombineres for å få en dypere forståelse for intervjupersonen.

Jeg er også nødt til å induktivt bruke disse historiene til å informere designet. Gjennom analysen av materialet er det i tillegg nødvendig å ta stilling til historiens autonomi, og å bruke fortellerne til å validere min forståelse. Det er, som diskutert i kapittelet om historiens autonomi, ikke nødvendigvis slik at fortelleren selv eier den eneste sannheten som historiens betydning, men å bruke historien som springbrett til dialog kan skape økt forståelse og gi mening til historien og dens kontekst.

 VIRKELIGHETSNÆRHET

 IDENTITETSNARRATIV

 ANALYSE OG FORSTÅELSE

 AUTONOMI

 DIALOG

Resultater

⌘ Verdigrunnlag og samfunn

Det er også nødvendig å forstå og benytte seg av mer enn enkeltpersoners opplevelser. Å forstå kollektive verdier og mangfold i samfunn og kulturer kan skape muligheter og la designere fasilitere for mer enn enkeltpersoners opplevelser. Å lære av tradisjoner, kulturer og kollektive begreper kan gi oss muligheter til å utnytte holdninger og verdier som ligger implisitt i samfunnet. Kristin Wigum fortalte om hennes syn på bærekraft i design og hvordan vi kan lære av historien og de som har levd før oss.

“Det er flere lag og det er jo ikke én løsning for bærekraftig utvikling. Det finnes utallige kulturer og subkulturer som har gode ting i seg, gode fortellinger som kan være med på å skape bærekraftige løsninger. Så alt etter hvor du er i verden så må man hente opp de historiene fra det stedet. Tradisjoner og delte historier i kulturen, der ligger det visdom om sammenhenger. Vi er jo i utvikling hele tiden, så vi bygger våre gode lag oppå de gamle historiene. Hvert lag har sine gullkorn, sin kunnskap og kompetanse.” (Wigum, 2018)

Det holder kanskje ikke å kun se bakover og lære av tradisjoner, men vi må også ta stilling til de kollektive utviklingene som preger samfunnet. Brita fortalte om hvordan hun mente at designere må jobbe for å tilpasse seg endrede verdisystemer i samfunnet.

“Man må jobbe på alle nivåer, man må jobbe på policy og system og tjeneste og produkt samtidig og forstå hva som skjer. For jeg tror ting nå kommer til å skje veldig fort og ting kommer til å endre seg både i måten vi forbruker på og måten vi oppfører oss på. Jeg tror menneskelige verdier er relative, vi er så opptatte av hva vi tror er basic needs, jeg tror på en måte samfunnet vårt må bli mer kollektivt igjen. Vi beveger oss mot individualismen og så fungerer det ikke helt.” (Nielsen, 2018)

 **AUTONOMI**

Jeg tenker at jeg kan finne verdifull informasjon i kulturers delte historier, tradisjoner og begreper. Jeg har en tro på at man som designer kan lære, ikke bare av personene man designer for, men personene man designer etter. Igjen må vi ta stilling til historiene og begrepenes autonomi. Brita Nielsen fortalte om hvordan hun hadde møtt misforståelser rundt begrepet "user friendliness". I designteori brukes begrepet til å beskrive noe som tilrettelegger for brukeren, men hun møtte interessenter som mente begrepet betød at brukeren var vennlig, eller forsiktig, med produktet og passet på at det ikke ble skadet.

Resultater

♥ *Empati og internalisering*

Å få empatisk forståelse for enkeltmenneskene i brukergruppen er nødvendig for designere. Vi må forstå, ikke bare hva de opplever, men hvordan de opplever det. Hvilke følelser og tanker opplever de? Vi må internalisere den emosjonelle reisen en bruker tar i dagens system. Jonas Asheim fortalte om hvordan han selv hadde brukt historier i sin masteroppgave for å skape forståelse. Han hadde jobbet med et prosjekt som omhandlet spedbarn med respiratoriske sykdommer og behandling ved sykehus.

“Hvis man først anerkjenner at de har en opplevelse av dette, hvordan beskriver du deres opplevelse? Folk skal forstå at denne biten er veldig viktig for å få til en bra behandling. Da brukte vi historiefortelling både fra barnets perspektiv og foreldres sitt perspektiv. Jeg tror folk ikke har lyst til å tenke på hvor helt forferdelig det kan være for et spedbarn å bli holdt fast. Det å snakke om effekten av medisinen når du ikke klarer å gi den på rett måte blir bakvendt. Når du jobber med opplevelser kan det være vanskelig å forklare. Hvis jeg sier at det er masse tvang og barn er involvert, så forstår du ikke helt hva effekten er. Men det får man gjennom de historiene som de du snakker med forteller. Det hjelper meg og andre med det å internalisere det.” (Asheim, 2018)

Historier kan altså benyttes til å selv internalisere og forstå den emosjonelle opplevelsen vi designer for eller mot. Dette byr også på en mulighet til å videreføre og kommunisere denne empatiske forståelsen til andre. Jonas også om hvordan effektene av et design må være emosjonelle.

“Man er ofte som designere for opptatt av de fysiske representasjonene, i stedet for effektene. Design thinking er superhot, men det vi ofte ser er at måten personas blir brukt på og måten folk forstår behov på er så veldig instrumentell. I en case her skulle vi beskrive behovene til brukeren, og så sa en “Et behov er at man trenger å logge inn”, men da steilet jeg og sa “Det er ingen som har et behov for å logge inn”. Du har ingen gratification eller menneskelig måloppnåelse med det. Det er ett eller annet der med at virkemidlene blir litt tamme hvis man ikke klarer å catche den emosjonelle greia.” (Asheim, 2018)

○ ○ SUBJEKTIVFORTELLER

Det blir altså tydelig for meg at historier kan være spesielt nyttige i designkontekster hvor empatisk forståelse er sentralt for prosjektet. Jeg bør bruke folks subjektive, personlige erfaringer til selv å få en empatisk forståelse for opplevelsene jeg designer for.

Resultater

Samskaping

Co-creation, samskaping og brukermedvirkning er kjente designmetoder, eller designfilosofier. Kristin Wigum fortalte om hvordan de i et prosjekt som omhandler bofellesskap bruke workshops og historieskriving for å sammen forsøke å beskrive det ønskede bofellesskapet. Starten på historien var klar, de ønsket å lage et sted hvor folk kunne leve med mindre fotavtrykk. Etter å ha jobbet med å samle erfaringer rundt bofellesskap arrangerte de en workshop for å sammen skrive historien om hvordan det kunne se ut.

“Så kom brukermedvirkningen inn. Den startet med et fagseminar og vi inviterte alle mulige interesserte som ville se om det kunne være noe for dem. De kunne komme med innspill på hva de ønsket seg å dele i en sånn kontekst, - hva kunne de tenke seg å dele i hverdagen? Gjennom disse workshopene kom folk med innspill. Vi fikk mange diskusjoner. Og da brukte vi mest ord. Jeg tok ordene deres fra den ene workshopen til den neste og i andre workshop tok deltakerne del i hverandres historier. “Jeg og vil være med på denne fortellingen om å dyrke selv.” (Wigum, 2018)

Diskusjonene som dukket opp i Kristin Wigum sine workshoper speiles også i doktorgradsprosjektet til Brita Nielsen. Hun fortalte også om å bruke historier og diskusjoner aktivt i workshops for å skape forståelse mellom parter som satt i forskjellige posisjoner i prosjektet.

“Alle fikk i lekse å ta med seg en historie på fem minutter. Ofte har folk noe i tankene og så er det sånn at når én først begynner å fortelle en historie, så kommer alle på sine. Store systemer er fulle av historier hvor folk møtes og ofte i de historiene så ligger veldig mye av det de har som målsetning og det de ser på som de største utfordringene. Alle delte sine historier og så brukte jeg noe som heter case based reasoning. Så jeg ba gruppene om å analysere historiene sine selv. De måtte dele historiene inni strategier, hindringer og mål. Og mens de holdt på med det, så tok jeg opp på bånd hva de snakket om, for da de begynte å diskutere de tingene, og disse problemene fra de ulike standpunktene. Det var det som var datainnsamlingen, den diskusjonen som kom opp fra de historiene.” (Nielsen, 2018)



FORFORSTÅELSE

Begge disse workshopene er eksempler på hvordan historier kan virke inspirerende og engasjerende i samhandling mellom mennesker. De er luper inn i andre deltakeres opplevelse av temaet. Kanskje kan det være nyttig å gjøre som Brita Nielsen, og å be deltakere ta med seg sine historier om temaet til en workshop eller inn i co-creation. Slik kan deltakerne også møte sin egen forforståelse og bygge ut sin egen historie med andres til å representere en bredere forståelse. Kanskje kan det også gjøre det lettere for deltakere å få empati for de andres situasjon og verdier.



DIALOG



POLY- OG UNIVOKALITET

Gjennom å sammen skrive historien om hvordan en designintervensjon skal påvirke menneskene som møter den, eller om en nåværende situasjon, er det mulig å bevisst skape en dialogisk og polyvokal historie om temaet som diskuteres. Denne vil stå i kontrast til en statisk og univokal forståelse av parallelle meninger om temaet.



VIRKELIGHETSNÆRHET

Å skrive historien om hvordan ting er eller hvordan de kan bli sammen med forskjellige interessenter eller brukere kan gjøre at historien blir mer virkelighetsnær og har større sjanse for å overleve. Brita Nielsen fortalte om hvordan å ikke skrive historien sammen i et byutviklingsprosjekt på Furuset hadde resultert i at de virkelige ønskene til brukerne falt mellom stoler.

*“I begynnelsen bruker jeg narrativ metode med innbyggere og undersøker hvordan vi ønsker at dette skal bli, hva er fortellingen og visjonen. Så kommer man til de stakeholderne som skal faktisk bygge og implementere og når det kommer til den tiden at det skal implementeres, så blir alle de store visjonene så smale og da går de over til å bruke mer tekniske verktøy, så de har problemer med å oversette narrative til virkelighet. På Furuset har de gjort veldig mye brukerinvolvering, har de tenkt seg at de skal ha en allmenning i sentrum, men den klarer de ikke å finansiere. Når det kommer til implementeringen så er tingene som innbyggerne faktisk ønsker seg vanskeligere å finansiere. Ofte så er det sånn at de tingene folk beskriver at de vil ha, det er ting som ikke havner på noen sitt bord.”
(Nielsen, 2018)*



AUTONOMI

Samskaping kan altså hjelpe med å skape levedyktige narrativer om visjonen for prosjektet. Samskaping av slike designhistorier kan også senke risikoen for at historiene som informerer prosjektet autonomt skifter betydning.

Resultater

Intervensjoner

Designere må legge et filter over alt de gjør med basis i sitt mandat som er å, i tillegg til å forstå, søke og skape løsninger og intervensjoner. Det holder ikke for oss å kun forstå menneskene eller situasjonene. Designere har i oppdrag å intervensjonere og å skape forandring. Brita Nielsen, som forsker på blant annet design i byutvikling, fortalte om hvordan hun opplevde å stå i skillet mellom forskning og design. Hun hadde vært praktiserende designer i syv år før hun begynte sitt forskningsarbeid. Hennes meninger var knyttet til designerens rolle som den som foreslår intervensjoner og driver prosesser videre.

*“Jeg tror vi som designere trenger å ha vår egen metode, hvis ikke får vi designvegring. Hvis vi bare skal forstå og forstå og forstå, så hopper vi aldri ut i det. Vi må foreslå ting. Det tror jeg blir veldig viktig nå, i byene er man på jakt etter verdibaserte mål og for at man skal nå frem til dem, må noen foreslå hva det skal være, hvordan det skal se ut. Designeren må være veldig flink til å forstå og å ha en innsikt på alle nivåer uten å sette seg fast i det. Designeren må ha en metodikk som gjør at man klarer å visualisere og komme frem til forslag. Designere må forenkle og beholde verdien samtidig.”
(Nielsen, 2018)*

Kanskje kan vi også bruke den empatiske forståelsen vi opparbeider oss gjennom innsiktsarbeid til å forstå og lokalisere de mest verdifulle intervensjonspunktene. Jonas Asheim fortalte om hvordan han bruker historiefortelling og experience mapping til å lokalisere punkter for mulig intervensjon.

“Experience mapping bruker man til å avdekke når i tjenesten er det at det er skikkelig kjipt og når er det skikkelig bra. Mennesker husker opplevelser når de er emosjonelt sterkest. Så det er det du må starte med, det er en god måte å prioritere på. Dersom du går gjennom kundereisen på en historiefortellingsmåte, så er det veldig bra for å si “hvor starter vi?”. Hvis man kan lokalisere the gravity of pain points, der kan man gjøre noe veldig bra med historiefortelling.” (Asheim, 2018)

Jeg kan altså bruke historier til å forstå hvor eller når det er viktig å intervenere. Jeg må forsøke å forstå og internalisere hvordan en bruker vil oppleve en potensiell intervensjon. Kanskje kan å utarbeide historier om hvordan intervensjonen endrer situasjonen hjelpe meg til bedre å ta høyde for en bredere variasjon av utfall.

Resultater

Overbevisning og kommunikasjon

Det er slik at designere gjerne kommer tidlig inn en utviklingsprosess og etterhvert er nødt til å selge de foreslåtte intervensjonene sine til noen som kan drive utviklingen videre. Vi er da også nødt til å selge mer enn bare intervensjonene. Vi er nødt til å selge innsikten og forståelsen for problemene, mulighetene og menneskene. Samtlige av designerne jeg snakket med hadde meninger om hvordan historier kunne være meningsbærende i kommunikasjon i en designkontekst. Ingvill Hoffart delte sine meninger om historiefortelling som verktøy i kommunikasjon.

“Jeg tenker at historiefortelling er veldig viktig i formidling av innsikt. Alt av innsiktsarbeid vi gjør for våre kunder, i form av brukerinnsikt, brukerintervjuer, behovskartlegging annen type teknologi-innsikt, må kommuniseres. Da er vi avhengige av å formidle dette på best mulig måte til prosjektteamet og til kunden, for at de skal få den forståelsen som vi opparbeider oss ved å være i direkte dialog med brukere. Og da er det jo klart at det å være en god historieforteller er veldig viktig. Det er også viktig i konseptarbeid og konseptformidling. Da skal man argumentere for hvorfor konseptet har tatt den formen det har tatt og hvorfor vi tror det er en god idé. Da er det kunsten å bygge opp en logisk argumentasjon som både spiller på det rasjonelle og det emosjonelle. Da bruker vi jo også forskjellige former for historiefortelling.” (Hoffart, 2018)

Jonas Asheim fortalte om hvordan han mener at designere bør bruke historier til å kommunisere den empatiske forståelsen vi opparbeider oss.

“Jeg er en forkjemper for å bruke historier til å påvirke en annen person med et emosjonelt budskap. Som designere sitter vi ofte og skal forklare en løsning som ikke har materialisert seg og forsøke å forklare hva er opplevelsen til personen nå eller etter at produktet finnes i verden. Hvordan endrer det ting. Og da tenker jeg at det å bruke historiefortelling er en måte å få fordelt den kunnskapen til folk. For i historier så har du en emosjonell kurve, og konflikt og følelser. Jeg tenker veldig ofte på dette med hvordan du kan gi en empatisk forståelse til en annen person, spesielt med tanke på innsiktsprosjekter.” (Asheim, 2018)

Kristin Wigum fortalte om hvordan hun så på historier som en måte å fange oppmerksomhet, å overbevise og å skape engasjement.

“Jeg diskuterte det med faren min som også jobber innenfor samme område, han sa “Ja det er jo en kamp om ideer.” Det er kanskje kampen om å klare å fortelle historien på best mulig måte? Så det er jo en utfordring, hvordan klarer man å fortelle med begeistring slik at folk henger seg på akkurat din historie. Og da spørres det jo hva du prøver å appellere til, er det frykt, eller fellesskap, eller er det personlig utvikling, eller penger?” (Wigum, 2018)



FORKLARING OG FANTASI



SUBJEKTIV FORTELLER



AUTONOMI

Det blir altså tydelig at historier er verdifulle i kommunikasjon. De kan skape forståelse på bakgrunn av menneskers naturlige historiebaserte strukturering av opplevelser og historiedrevne fantasi. Historier kan også hjelpe oss med å kommunisere menneskers subjektive opplevelse. Det bør dog rettes oppmerksomhet til historiens autonomi, som bør bevares gjennom kommunikasjonen.

Resultater

Visualisering, verktøy og Gode Historier

Gjennom intervjuene fikk jeg innblikk i en stor mengde verktøy designere og historiefortellere bruker for å visualisere eller bygge opp gode historier. Verktøyene som ble nevnt var blant annet personas, scenarier, bilder, videoer, rekvisitter, storyboards, visualiseringer og dramaturgi. I et landskap dekket av alternativer kan det være vanskelig å vite hva man skal velge. Det hjelper oss lite å ha en god idé, om vi ikke har verktøyene for å beskrive dem og kommunisere om dem. Vi er nødt til å bevisst ta stilling til hvilke verktøy vi benytter oss av og hvorfor.

Historiefortelling er et verktøy designere bruker som tar mange forskjellige former. Historiestrukturer er lett gjenkjennelige i kjente verktøy som scenarier, storyboards og experience mapping. Historiefortelling er i seg selv ikke noe designere lærer i sin utdanning, men det undervises i verktøy som har tilknytning til historier. Ingvill Hoffart fortalte om hvordan det er forskjell når det kommer til hvor gode historiefortellere designere er og hvilke verktøy som kan hjelpe fortelleren.

“Der er vi forskjellige, noen er gode muntlige formidlere, andre må jobbe mer med det, vi har en verktøykasse av ulike virkemidler som vi kan ta i bruk, bilder forteller mye, vi bruker videoer og mye visualiseringer for å fortelle. Det kan jo være alt fra storyboards til kundereiser. Alt det er jo noe som foregår over tid og sted, som en historie.” (Hoffart, 2018)

Disse verktøyene er kanskje for mange designere den tetteste og enkleste koblingen mellom fenomenet historiefortelling og designpraksis. Jonas Asheim snakket også om hvordan vi, som designere, kan lære av filmskapere. De jobber målrettet og ærlig for å skape emosjonelt tilfredsstillende narrativer. Designere kan låne verktøy, som narrative archs, av filmskapere når vi selv er ute etter å skildre design og forståelse. Dette var noe jeg jobbet mye med i mitt prosjekt høsten 2018. I dette prosjektet ble tradisjonelle historiestrukturer anvendt til å beskrive og forstå den foreslåtte tjenesten.

Resultater

● Begrensninger

Designere jeg snakket med fortalte om hvordan historiefortelling var en viktig del av deres designarbeid. På tross av dette, rapporterte samtlige av designerne at de så begrensninger for bruken av historier i design. De gjennomgående temaene var budsjett, tid og vanskelighet. Kristin Wigum fortalte om hvordan hun ofte opplevde at interessenter ønsket historiene, men ville ikke betale for dem.

“Igjen er det dette med økonomi, hvem er det som skal betale for historiene? Det er jo et evinnelig spørsmål. En del av prosjektene jeg jobber med er på siden av den kommersielle strømmen. Det er en utfordring at folk vil ha historiene, men betalingsvilligheten for dem er minimal.”

(Wigum, 2018)

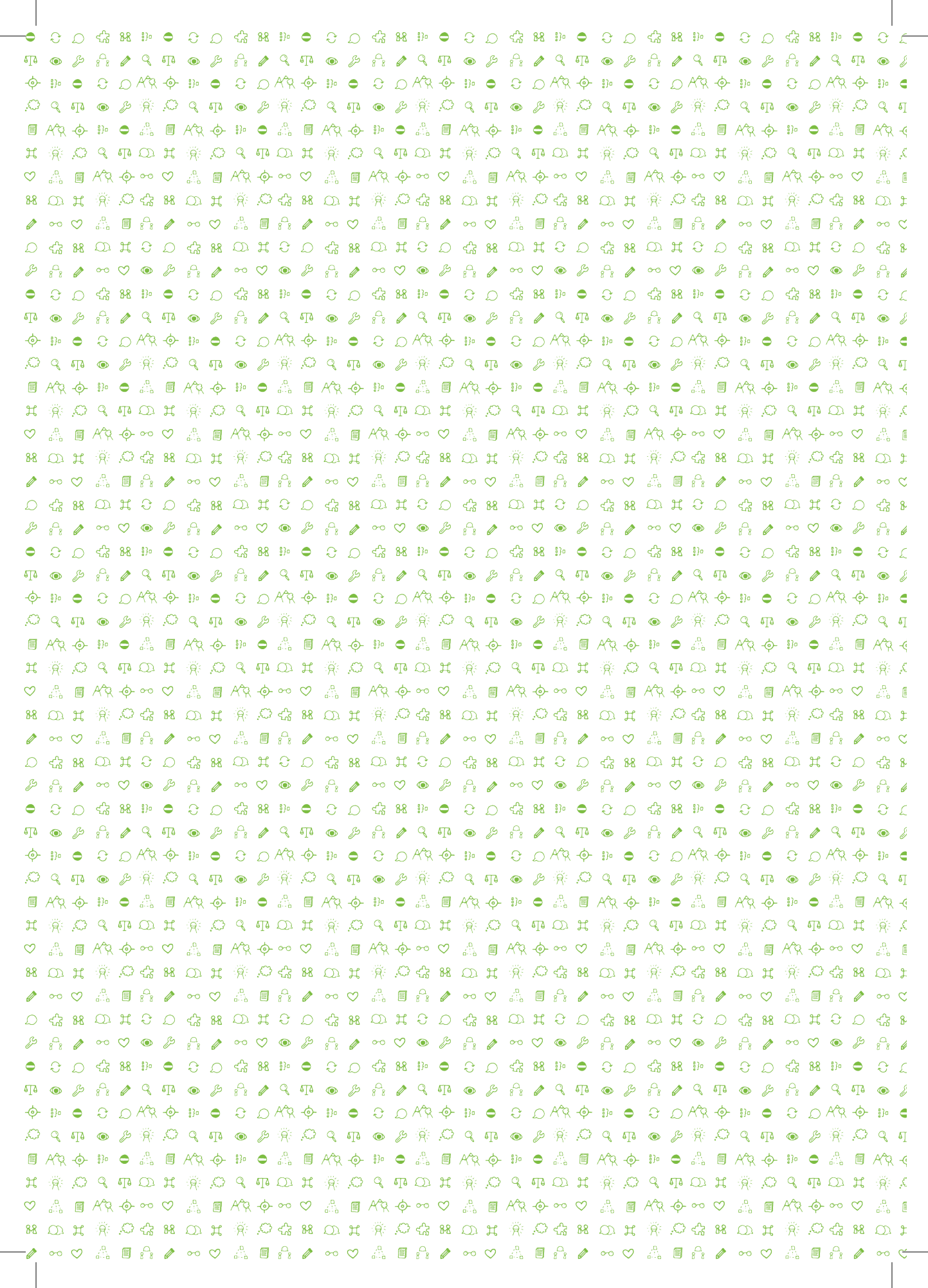
Det ble også nevnt som et hinder at historiefortelling i seg selv er et fag, som designere ikke nødvendigvis mestrer. Da jeg spurte Ingvill Hoffart hva hun trodde var det vanskeligste med å bruke historiefortelling i design sa hun noe jeg leser som en dissonans mellom hva som kreves for å være designer og hvilken utdanning designere får når det kommer til historiefortelling.

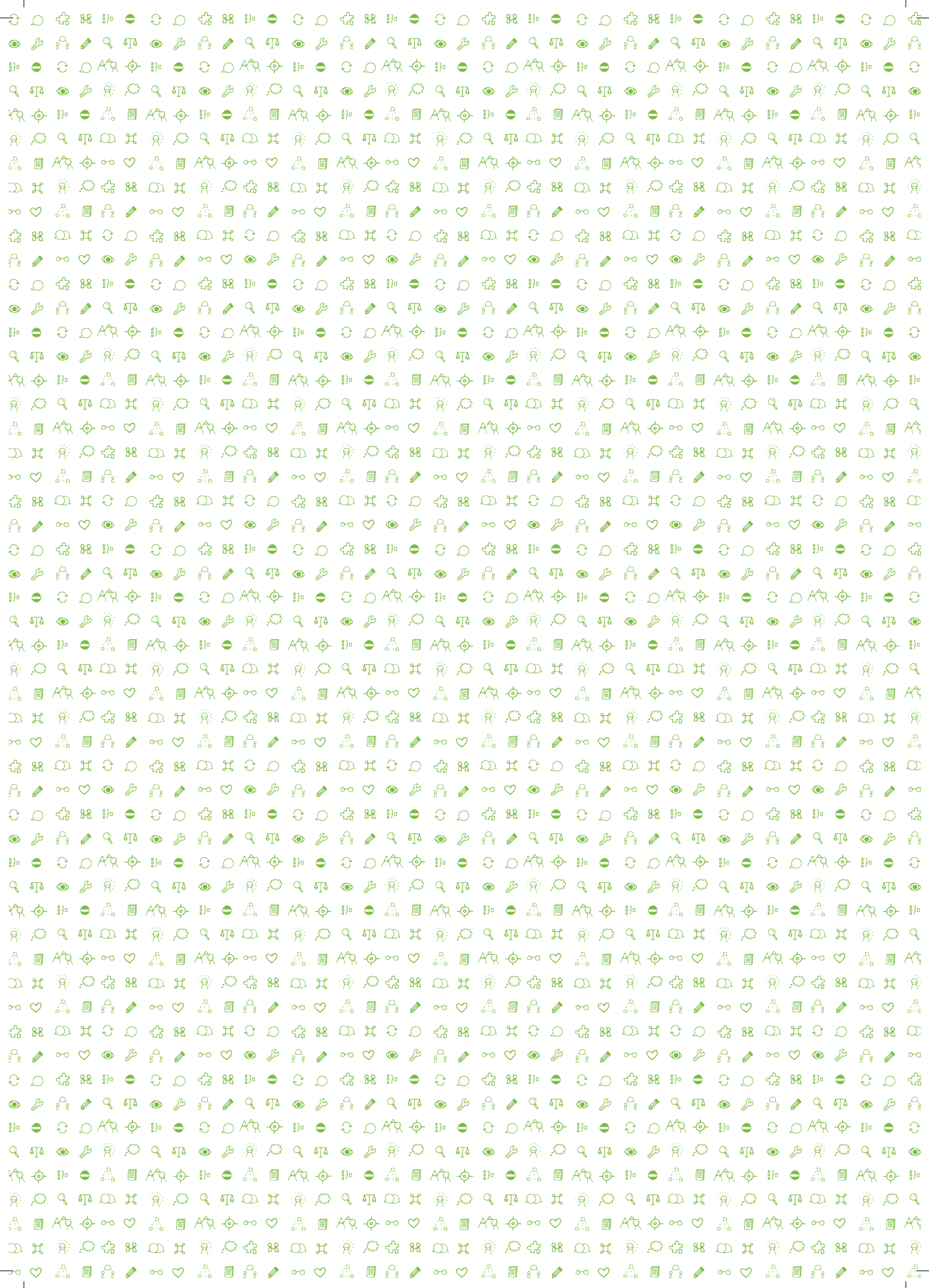
“Det jo et eget fag å være en god historieforteller, vi er ikke nødvendigvis skolert i å lage fortellinger. Jeg tror det er en viktig del av å være designer. Men det kan være krevende å fortelle gode historier.” (Hoffart, 2018)

Etikk og ansvar

Vi er nødt til å ta inn over oss ansvaret vi har for å nyttiggjøre innflytelse som kommer med å være designere og historiefortellere. Historienes autonomi, og vår egen og andres subjektivitet må medregnes når vi designer og forteller historier. Som designere og historiefortellere har vi makt til å forme folks forståelse av verden og når det kommer til kommunikasjon av våre ideer har vi et ansvar for å forsøke å opptre ærlig og etisk.

Dette ansvaret ble beskrevet av samtlige designere jeg snakket med. Designere har både et ansvar overfor brukerne de jobber med og for, et ansvar overfor sine oppdragsgivere og et ansvar overfor dem de forteller om arbeidet sitt til.





Anvendelser

Basert på refleksjoner etter intervjuene gjennomført med designere har jeg utviklet min forståelse og nysgjerrighet for både konkrete og pragmatiske nyttiggjørelser av historiefortelling i design. Jeg har også fått et mer abstrakt syn på historiefortelling i design som en ferdighet fremfor et verktøy.

Ved å forsøke å forstå både designernes syn på historiefortelling i design og design som generell praksis har jeg lokalisert behov og muligheter for en designpraksis som bevisst og aktivt benytter seg av historier og historiefortelling. Denne innsikten har blitt kombinert med min voksende interesse for forståelsesskapende arbeid i designaktiviteter og designprosesser.

Gjennom de følgende delkapitlene vil jeg beskrive fem konkrete anvendelser av historier i design. Jeg vil dog merke at bruken av historier i design ikke kun består av oppdelte pragmatiske metoder, men at det bør generelt sett benyttes som innstilling i arbeidet. Historiefortelling kan hjelpe med å holde fokus på menneskene i prosessene, fatte polyvokal kompleksitet, utforske induktivt, bevisstgjøre seg egen og andres subjektivitet og forforståelse og kan hjelpe folk til å internalisere menneskers opplevelser og følelser.

Målhistorier



MÅL OG EFFEKT

For å skape forståelse for målet i en designprosess foreslår jeg å bruke målhistorier. En målhistorie kan representere den ønskede effekten av et designprosjekt i et minneverdig format. Historier gjør det enkelt å rette fokus mot menneskene som skal oppleve effekten av designet. De er romslige informasjonskapsler, samtidig som de kan være enkle å huske.



FORFORSTÅELSE

Målhistorien kan også hjelpe oss med å ta et oppgjør med egen forforståelse i prosjektet. Å formulere eksplisitt hva som skal være den menneskelige opplevelsen av et prosjekt kan gjøre det mulig for oss å ta stilling til hvilke antakelser vi gjør på vegne av menneskene involvert.



AUTONOMI

Historier er også fantasivekkere og kan hjelpe oss til å drive arbeidet videre. Det er dog verdt å merke seg målhistoriens autonomi, og at å bruke en historie som mål i et prosjekt potensielt kan skape misforståelser. Det bør derfor gjennomføres valideringer av felles forståelse for historien og dens mening.

En usikkerhet koblet til målarbeid i design er at målet potensielt kan kreve endring i løpet av prosessen. En historie som omhandler menneskene og deres opplevelser, og ikke løsningene eller kontekstene opplevelsene utspiller seg i, kan kanskje være et målformat som er mer solid.

Anvendelser

Narrativ innsikt

For å akkumulere forståelsesskapende materiale om individer og deres opplevde virkelighet foreslår jeg å søke episodiske rapporteringer fra mennesker som kan ha relevante opplevelser knyttet til målhistorien. Disse historiene har en sterkere tilknytning til virkeligheten enn antakelser og synsing om antatt atferd.

Designere kan benytte seg av menneskets dialogiske natur og hente historier i samtale mellom flere mennesker. Slik kan både designer og deltakere øke sitt forståelsesrom og assosiere sine historier til andres. Det kan gjerne også være enklere å få folk til å fortelle historier fra sitt eget liv, enn å be dem generalisere sin egen atferd.

Da disse historiene kun kan representere den subjektive opplevelsen til fortellerene, bør de støttes av andre former for data. Dersom det er mulig bør det gjennomføres observasjon av relevante kontekster og teori om atferden bør inkluderes. Som kvalitativ innsikt er historier sterke i funksjon av sin tilknytning til både virkeligheten, og det emosjonelle og subjektive.

 KVALITATIV INNSIKT

 DIALOG

 SUBJEKTIV FORTELLER

 OBSERVASJON

Samskriving

For å skape en delt forståelse for designkonteksten og å legge stabile grunnlag for prosjektene foreslår jeg samskriving. I co-design er det nødvendig for folk å enes om et språk og en måte å beskrive temaene som diskuteres. Historier er en naturlig form for samtale og vil derfor potensielt gjøre samarbeid enklere. Menneskets dialogiske natur kan muliggjøre mer meningsskapelse gjennom samskriving enn dersom designer alene skal forme prosjektets historier.

Samskriving gjør det også mulig å skape polyvokale narrativer basert på et større forståelsesrom. Slik kan man skape mer solide narrativer om både dagens situasjon og målet i prosjektet. Narrativ samtale gir også deltakere i et samarbeid muligheten til å dele identiteten sin med de andre. Slik kan deltakere bli kjent og dele tanker og erfaringer om det relevante temaet simultant.

 SAMSKRIVING

 DIALOG

 POLY- OG UNIVOKALITET

 IDENTITETS Narrativ

Alternative virkelighetshistorier og empati

For å internalisere andre virkeligheter og utvide egen forståelse foreslår jeg å bruke brukeres historier og konstruerte historier. Historier har fokus på menneskenes emosjonelle, så vel som operasjonelle, opplevelser og kan skape empati hos lytter.



FORKLARING OG FANTASI

Historier er også en grunnleggende kognitiv funksjon hos mennesker, som hjelper oss med å forstå verden, våre og andres opplevelser og å lagre minner. På grunn av dette kan historier om alternative virkeligheter være et kraftig verktøy for å internalisere en opplevd virkelighet som ligger utenfor vårt forståelsesrom.



FORFORSTÅELSE

Historier vekker også fantasien, vi plasserer handlinger i historier i et forståelsesrom vi kjenner og bruker fantasien vår til å fylle inn hullene som mangler. Dermed kan vi bruke historier til å prototype eller forklare designintervensjoner eller brukeres opplevelser. Ved hjelp av historiers beskrivende natur kan vi bruke dem til å forestille oss hvordan følelser eller motivasjoner vil spille seg ut i forskjellige kontekster.



INTERVENSJONER

Kommunikasjon



KOMMUNIKASJON

For å formidle opparbeidet forståelse foreslår jeg å bruke akkumulerte historier fra innsiktsskapende og genererende arbeid. Historiene vi samler gjennom designprosessen har en tydelig tilknytning til virkeligheten. De kan vekke fantasien til lyttere og de er bærere av emosjonell informasjon. Slik kan vi skape empati i lytterne våre for menneskene vi designer for.



VIRKELIGHETSNERHET



EMPATI OG INTERNALISERING

Det er dog verdt å merke seg at selv om narrativ kommunikasjon er effektivt til å kommunisere innhold er det ikke i seg selv en effektiv kommunikasjonsform. Det kan potensielt kreve mye av både lytter og forteller med tanke på tid og prosessering. Historier er også preget av sin autonomi og krever samtale for å enes om historiens betydning. Denne samtalen kan potensielt også avdekke nye tanker eller muligheter som har ligget utenfor fortelleren sin forforståelse.



AUTONOMI

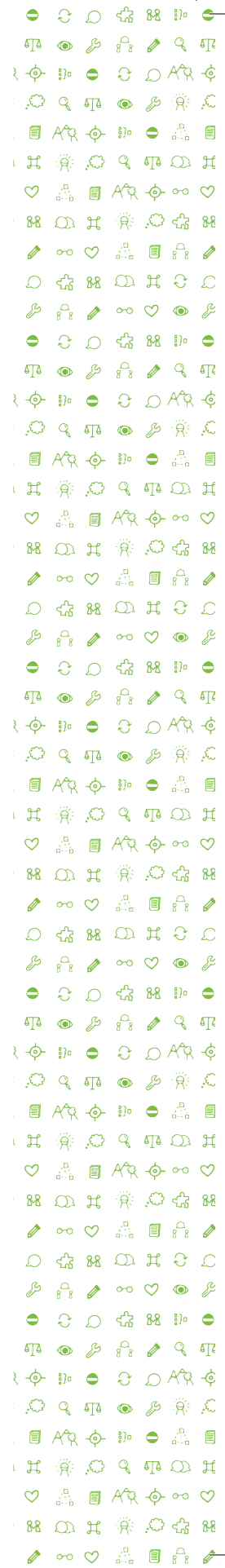


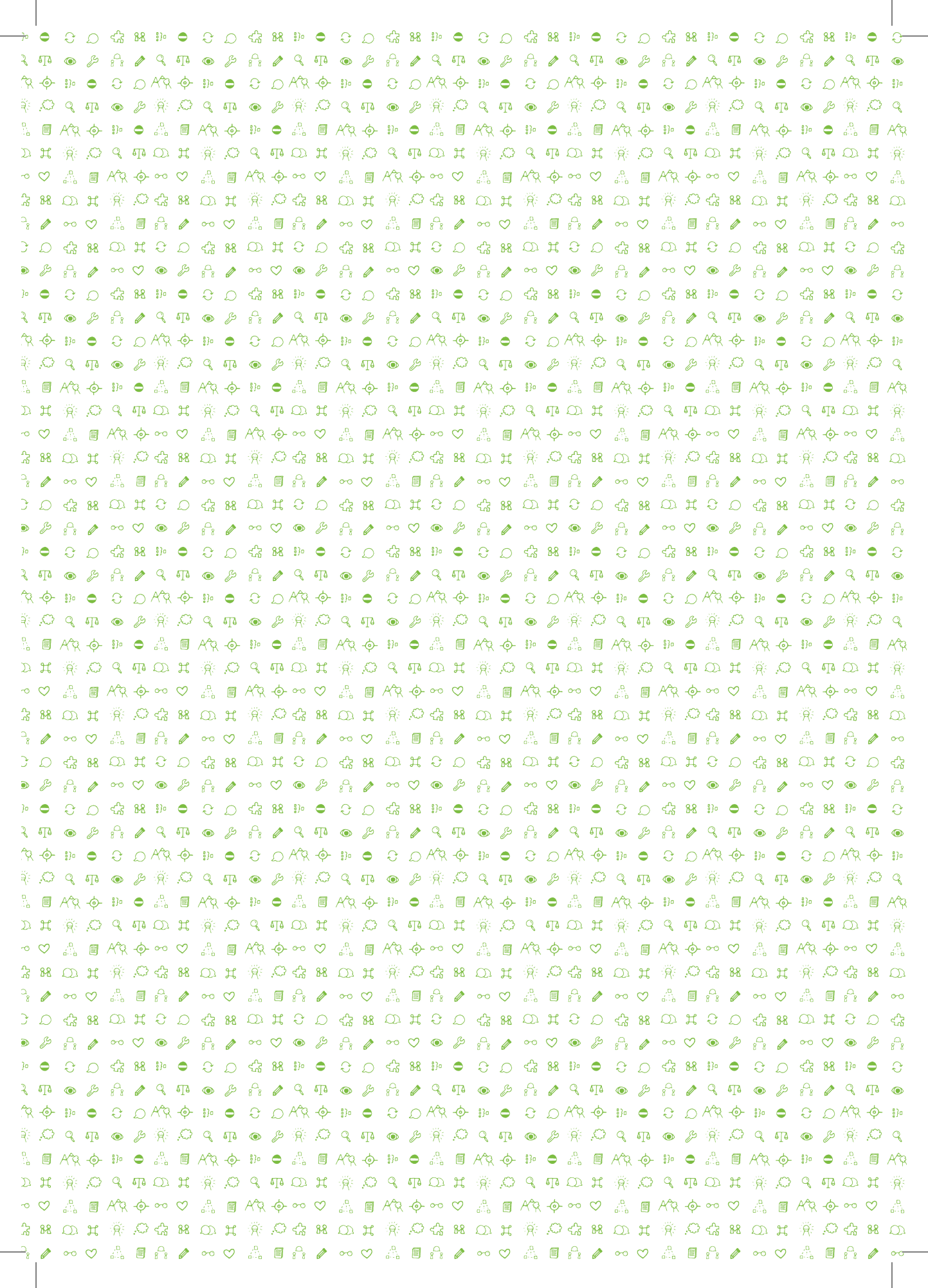
FORFORSTÅELSE

Refleksjon

Arbeidet med intervjuene og tankene som ble presentert har ledet inn i dypere refleksjoner rundt forståelsesskapende arbeid i design. Etter samtalen med forskerne om kvalitativ metode fikk jeg tanker om innsikt som en mer kontinuerlig prosess. Dette står nå foran meg som, ikke bare et verktøy som bør benyttes kontinuerlig i designarbeid, men en innstilling til design. Viktigheten av anerkjennelsen av egen og andres subjektivitet og forforståelse står også enda tydeligere for meg. Designerens induktivitet går hånd i hånd med sterkere tilknytning til kvalitativ metode.

Historiefortelling er også et verktøy som kan gjennomsyre hele designprosessen. Det er, som nevnt, blitt klart for meg at historier i seg selv er en form for tankeprosess som ligger naturlig for mennesker. På bakgrunn av dette og tankene fra intervjuene ser jeg nå også historiefortelling som en ferdighet designeren bør opparbeide seg. Kanskje burde historiefortelling sidestilles med estetikk i unge designeres utdanning. Slik kan de tidligere lære hvordan menneskers opplevelser påvirker og former deres møter med den designede verden.





Del 4

*Utforsking
gjennom
designprosjekt*

I følgende del vil utprøvingen av designmetodikk presentert i foregående deler gjennom et designprosjekt beskrives.

- s. 110 *Designprosjektet*** - Om målet og planen for utforskningen.
- s. 114 *Målhistorien***
- s. 116 *Grppesamtaler***
- s. 124 *Alternative historier***
- s. 130 *Samskriving***
- s. 142 *Kommunikasjon***
- s. 145 *Diskusjon og evaluering*** - Om erfaringer og refleksjoner tilknyttet designprosjektet.

Designprosjekt

Med bakgrunn i arbeidet med denne oppgaven hadde jeg utarbeidet noe som for meg er ny måte å bevisst anvende historier som innstilling og verktøy i design. I arbeidet hadde jeg også fått en inspirasjon. I skrivingen av og arbeidet med denne oppgaven hadde jeg reflektert rundt, snakket om og skrevet om historier og design. Med meg i dette hadde jeg hatt en tilsynelatende enkel og uviktig eksempelhistorie om en gang jeg var på butikken. Den skulle vise seg å åpne en dør jeg ikke visste om.

Oppgavebeskrivelsen for denne masteroppgaven inkluderte en utforsking av resultatene fra litteraturstudie og intervjuer. Gjennom arbeidet med å forstå historiefortelling i design hadde en historie dukket opp. Denne historien, om å betale for noen på butikken, presenterte en mulighet. Ideen ble å bruke illustrasjonshistorien som case for utforskingen av historiefortelling i design. Den følgende delen av masteroppgaven er et designprosjekt med en historie som springbrett.

Mål for designprosjektet

Hensikten med denne delen av oppgaven var utforskning, jeg ønsket å holde formatet åpent og prøvende. Da jeg tok valget for hvordan jeg ville jobbe med denne fasen hadde jeg også muligheten til å drive mer forskningsnært. Jeg kunne gjort sammenlikningseksperiment for å undersøke fordelene ved å bruke historiefortelling fremfor andre metoder. Da jeg anså målet med aktivitetene å være en utforskning av metoden, heller enn en validering eller vurdering, besluttet jeg å heller forsøke å gjennomføre et designprosjekt.

Med bakgrunn i å ønske å utforske et så åpent tema som det å få hjelp eller å hjelpe fremmede, ble det naturlig å definere prosjektets hensikt til å være tjenesteinnovasjon. Tjenesteinnovasjon kan defineres som aktiviteten å foreslå eller levere en ny tjeneste (Witell, Snyder, Gustafsson, Fombelle, & Kristensson, 2016). Det betyr at prosjektet skulle utforske muligheter for å lage nye tjenester som kunne tilfredsstillte målet for prosjektet, heller enn å forbedre eksisterende tjenester.

Det er viktig å presisere at, selv om dette er et designprosjekt og jeg er designer, er ikke fokuset i aktivitetene som følger å produsere et spesielt veldreid design. Fokuset ligger på metodene og refleksjonene koblet til disse. Det må dog erkjennes av verdien av metodene til en viss grad kan leses fra resultatene de produserer.

Designprosjekt

Plan for designprosjektet

Planen for prosjektet ble definert med bakgrunn i foregående arbeid. Aktivitetene som skulle gjennomføres i prosjektet var følgende:

Skrive målhistorie

For å lede prosjektet.

Grppesamtaler

For å samle narrativ innsikt om temaet. For å samle narrativ innsikt om temaet. Analysere historier for å arbeide induktivt og utvide egen forforståelse.

Alternative historier

Konkretisere forståelser fra analysen

Sammenlikne innsikt med målhistorien. Skrive om målhistorie til å representere forståelsen

For å induktivt tilpasse prosjektet til forståelsen.

Samskriving

For å bruke menneskets dialogiske natur til å utvide forståelse og skrive historier om gode intervensjoner eller konsepter.

Kommunikasjon

Kommunisere det valgte konseptet og postulere konseptets liv i kontekst basert på narrativ forståelse

MERK!

I denne delen av oppgaven vil en person som søker hjelp bli kalt *Mottaker*. En person som hjelper en annen vil bli kalt *Giver*.

Målhistorien

Med hensikt å definere målet med det forestående prosjektet ønsket jeg å skrive en målhistorie. Denne historien skulle kunne lede meg i arbeidet. Historien skulle ha fokus på menneskene og være kontekstløs. Slik skulle den følge Kees Dorsts (2017) tanker om designerens abduksjon og legge til rette for at jeg som designer kunne skape en ny ramme for problemet. Med sikte på å forsøke å utvikle et design rettet mot min egne opplevde historie fra butikken ble følgende historie et forsøk på å skrive en målhistorie for designprosjektet.

En person ser ned i lommeboken sin. Han har ikke råd. En annen ser ned i sin egen. Hun har litt til overs. De møtes og muligheten oppstår. Hun får hjelpe og han får hjelp. Det handler ikke nødvendigvis om betalingen, men om meningen som oppstår i møtet.

Etter å ha lest gjennom denne historier flere ganger observerte jeg min egen forforståelse. Jeg antar i historien at noen ikke vil ha råd og at de dermed ønsker hjelp. Jeg antar at andre ønsker å hjelpe. Kanskje er det ikke slik. Kanskje er det slik at vi ønsker å hjelpe også om folk ikke egentlig trenger det? Eller er det slik at vi spesielt ikke ønsker hjelp når vi trenger det? Jeg oppdaget spørsmål jeg ikke visste at jeg hadde. Nysgjerrigheten som dukket opp basert på å observere egen forforståelse ledet meg til å ønske å forsøke å forstå hvordan andre mennesker oppfatter liknende historier og situasjoner.

Gruppesamtaler

Med målhistorien som ledestjerne ville jeg forsøke å forstå hvordan folk opplever situasjoner som å betale for andre, å bli betalt for, å få hjelp eller gi hjelp til fremmede. Basert på forståelser om historier som kommunikasjonsform og innsiktsbyggende data besluttet jeg å gjennomføre åpne gruppesamtaler for å benytte meg av historiens sosiale natur. Slik ville jeg samle narrativ innsikt om personers levde opplevelser.

Metode

For å forenkle prosessen med å skaffe deltakere til samtaler benyttet jeg meg av mitt nettverk og samtlige av deltakerne var folk jeg kjente fra før. Da jeg skaffet deltakere fokuserte jeg på folk med erfaring fra butikk- eller kafé-arbeid for å øke antall kjøpsituasjoner de hadde deltatt i. For å understreke at samtaler ikke ville være et formelt intervju forsøkte jeg å skape en avslappet stemning og holdt gruppesamtaler i en sofagruppe, og tilbød kjeks og kaffe til deltakerne. Jeg forsøkte å samle grupper med folk hvor deltakerne ikke kjente hverandre på forhånd, dette viste seg å være vanskelig.

Det ble gjennomført tre gruppesamtaler med tre deltakere i hver samtale. Samtlige signerte samtykkeskjema (Vedlegg G). Det ble tatt lydopptak fra samtaler og dette ble transkribert i etterkant. Samtaler varte i omkring 30 minutter.

Samtlige samtaler ble innledet med en kort beskrivelse av mitt arbeid med masteroppgaven og en gjenfortelling av min historie fra butikken. Slik fikk jeg introdusert historier og temaene som skulle diskuteres simultant. Deretter åpnet jeg for diskusjon, refleksjon og assosiasjon og lot i stor grad samtalen flyte naturlig dit den ville. Jeg forsøkte å lede samtalen kun dersom jeg opplevde at stillheten hadde vart lenge nok. Jeg forsøkte både å benytte meg av egne historier og mer generelle spørsmål som verktøy for å drive samtalen videre.

Gruppesamtaler

Resultater

Samtalene resulterte i et sett med 53 historier som alle på en eller annen måte handlet om betaling, hjelp eller kontakt med fremmede. Samtlige av historiene kan leses i Vedlegg H. Følgende er et utvalg av fem historier fra gruppesamtalene.

Bussholdeplassen

Jeg stod og venta på bussen på vei til skolen, og så stod jeg unner tak fordi det striregnet og så når jeg stod der så var det en jente til som satt inni der og gråt og så etter en stund tenkte jeg "jeg må gå bort og spørre hva det er" og da hadde hun sittet på bussen og fått panikkanfall og hun hadde aldri opplevd det før, så da hadde hun gått av bussen. Og da måtte jeg ringe og snakke med moren hennes og få henne til å komme og hente henne og så måtte jeg snakke med henne om angst og sånn, siden jeg selv hadde opplevd en sånn angstsituasjon. Da følte jeg at jeg hjalp henne litt ved å snakke med henne og roe henne ned og så var jeg der til moren kom. Det føltes veldig godt etterpå, selv om jeg missa forelesninga.

Flørtemeldinger

Jeg også ble stoppet av en dame en gang, hun trengte retning til den kirka som er ved den rundkjøringa. Så jeg fortalte henne veien dit. Og så trengte hun også hjelp til noe.. Hun drev tydeligvis å flørta med en kar og skrev meldinger til ham på engelsk på telefonen sin, men så var hun ikke så god i engelsk da, hun var utenlandsk, så jeg endte opp med å bli stående og tekste med han fyren på engelsk det hun sa til meg at jeg skulle skrive. Jeg bare "åh, så romantisk, jeg får lov til å være med på det her". De skulle møtes på den kirka neste gang det var gudstjeneste.

Ikke narkoman

I Oslo, der var tiggerne også mer på da. Det var han ene fyren, mens jeg stod og ventet på toget på Oslo S, som kom bort og var litt sånn "jeg er liksom ikke sånn det narkoman eller sånne ting, så det går fint å gi meg penger. Så jeg bare "hvis du sier så", men han fikk ikke så mye da. Det er ett eller annet med når man får kontakt med dem, så, jeg vet ikke de er jo mennesker de også. Jeg skulle gjerne gitt dem noe, men penger er litt sånn, på en måte er det en bedre følelse å gi dem mat.

Hodet i hendene utenfor Sit

Jeg gikk forbi Sit her forleden og da satt det en jente utafor Sit med hodet i hendene og gråt heftig. Og da var jeg sånn “er det weird å gå bort å bare si hei går det bra?” Eller gi henne en klem. Men jeg gjorde det ikke liksom. Jeg vegret meg. Men jeg stoppet opp og var sånn “skal jeg gjøre det?”. Men hvorfor gjør man det ikke, det er veldig rart.

Skolisse

Jeg husker en gang jeg var i København og så sykla jeg masse. På vei til skolen var den en jente som liksom lå ved siden av sykkelen sin. Jeg så at hun var fra seg, men jeg skjønnte ikke hva som hadde skjedd. Men så hadde hun klart å surre skolissen sin inn i hjulet og hadde tryna. Så hun hadde slått seg og prøvde å løsne lissa mens hun lå der med sykkelen over seg. Jeg stoppa, og bare “Hei går det bra?”, så jeg hjalp henne med det. Det gikk jo greit.

Analyse

Behandlingen av historiene som ble presentert i gruppesamtalene startet med å transkribere samtalene og å gi historiene titler. Ved å lese gjennom et par ganger kunne jeg enkelt gjenkjenne og huske historiene og deres innhold fra kun titlene. Deretter gikk jeg igjen gjennom historiene og tok notater på atferder, kontekster og refleksjoner knyttet til historiene. Disse temaene ble gruppert og materialet ble gjennomgått på nytt for å validere at de nye temagruppene fortsatt kunne dekke og beskrive materialet. Resultatet av analysen endte opp med å være et sett med ord som kunne beskrive beslutningsprosessen og følelsene knyttet til å hjelpe eller be om hjelp. Bilder fra analyseprosessen finnes i Vedlegg I.

Gruppesamtaler

Diskusjon

Slik stoffet presenterer seg er det tilsynelatende mulig å dele situasjoner hvor hjelp mellom fremmede kan inntreffe i to mulige scenarier. En person befinner seg i desperasjon og ute av stand til å hjelpe seg selv, eller en person mangler noe mindre prekært og en annen får muligheten til å utvise godvilje.

I situasjonen definert av desperasjon veies behovet for hjelp opp mot begge personenes stolthet, tillit og sjenanse. Hjelpen er mer refleksiv enn reflektert.

Når det er snakk om situasjoner hvor mindre problemer kan løses, er den største terskelen ofte sjenanse, både for Mottaker og Giver. Begge parter er redde for å forstyrre eller stille den andre i en ubehagelig situasjon. Her spiller også frykten for gjeld inn i beslutningsprosessen. Begge parter er i frykt for å havne i en gjeldssituasjon til den andre. Tillit til den andre personen er også avgjørende, det er tilsynelatende enklere å be om hjelp fra folk som naturlig fremkaller tillit, for eksempel folk i uniform.

I begge situasjoner presenterer menneskelig kontakt og stolthet seg som både drivende og bremsende faktorer. I en ideell situasjon oppnår begge en form for kontakt, Mottaker unngår skam og Giver oppnår stolthet. Frykt for å sjenere den andre og å blir flau, eller gjøre den andre flau, kan hindre begge partene fra å inngå i forholdet.

Denne forståelsen kan reduseres til følgende aspekter som spiller inn på valget om å inngå i kontakten:

Gjeld

Sjenanse og menneskelig kontakt

Tillit

Stolthet og skam

Konklusjon

Jeg anser det som mer interessant å studere situasjoner hvor desperasjon uteblir. Her er fokuset på en mindre viktig interaksjon og det er flere følelser knyttet til transaksjonen mellom partene. Denne formen for hjelp er ikke tilknyttet reflekser og innebærer mer overveielse fra begge parter før de inngår i forholdet.

Gruppesamtaler

Refleksjoner rundt metoden

Det første som må vedkjennes i denne fasen av designprosjektet er tilknyttet arbeidets validitet. Samtlige deltakere i gruppesamtalene kjente meg godt på forhånd. Dette kan ha resultert i flere utfall. Blant dem at det var enklere for meg å få deltakerne til å dele historier fordi de tilsynelatende følte seg komfortable i situasjonen. Det er også verdt å merke seg at deltakerne fritt kunne velge å fortelle usanne historier, utelate historier eller detaljer fra historier for å konstruere den identiteten de selv ønsket. Temaet er ett hvor det kan tyde på at de fleste har et ønske om å fremstå som hjelpsomme og åpne. Det er også verdt å nevne at gruppene var relativt homogene, samtlige var studenter i 20-årene med forholdsvis lik sosiokulturell bakgrunn. Potensielt kunne samtalene ha utspilt seg annerledes om deltakerne hadde enda større forskjeller i for forståelse av temaene som ble diskutert.

Det var meget inspirerende å oppleve hvordan en gruppesamtale kan skille seg fra intervjuer med enkeltpersonen. I prosjektet i høst gjennomførte jeg dybdeintervjuer med mål å samle historier. Dette fungerte, men det var tydelig rom for forbedring. I gruppesamtalene hadde deltakerne mer enn sitt eget assosiasjonsrom å spille ut fra. Det var tydelig at deltakerne spilte tilbake på hverandres fortellinger og meninger, og at det var større variasjonsbredde i erfaringene som ble avdekket. Det ble tydelig for meg at man gjennom slike gruppesamtaler ikke bare kan samle et spekter av erfaringer på tvers av personer, men at samtalene også muliggjorde å avdekke et bredere og mer nyansert erfaringsrom for hver enkelt person.

Det var dog tydelig at sosial historiefortelling har en stor innvirkning på samtalene. De tre gruppene tok opp relativt forskjellige temaer basert på hva det viste seg at de hadde til felles. Det var antydninger til at historiemottakerne styrte fortellingene, og at fortelleren til en viss grad modererte eller forandret historiene på bakgrunn av reaksjoner fra lyttere.

Også verdt å nevne er at rene transkriberinger mangler kontekst og emosjonell styrke. Det ble heller ikke gjennomført noen valideringsprosess med hensikt å bekrefte min forståelse av historienes mening og å senke historienes autonomi. For innsiktens styrke og validitet burde den også ha vært kombinert med teori og annen kvalitativ eller kvantitativ data. Det bør også reflekteres rundt hvorvidt det finnes betalingsvilje for en slik analyse. Potensielt kunne metoden ha vært forenklet ved å ta direkte notater underveis i samtalene, heller enn å transkribere historiene.

På tross av metodens svakheter seg jeg styrke i dens evne til å avdekke et mangfold av opplevelser og erfaringer. Samtalene presenterte seg som rike og nyanserte. Ved å utvide metoden til å inkludere valideringsarbeid og å kombinere den med annen form for data vil dette være en meget god måte å avdekke både verdier, atferdsmønstre og emosjoner hos potensielle brukere.

Alternative historier

Målet nå var å forstå hvordan emosjonene og aspektene som presenterte seg i analysen av historiene fra gruppesamtalene ville spille seg ut i min målhistorie. Ved å bruke min historiedrevne hjerne ville jeg forsøke å se for meg mulige positive og negative utfall av aspektene, og slik overføre emosjoner til atferder. Dette med hensikt å sørge for at jeg ikke designer kun for den ønskede situasjonen. Å bruke alternative historier til den ønskede bruken av et design kan hjelpe designere til å skape mer robuste systemer.

Metode

Denne utforskingen av historier hadde sitt utgangspunkt i at mennesker konkretiserer emosjoner og motivasjon gjennom narrativer. Planen for denne fasen var i utgangspunktet å skrive et sett med historier for å forstå hvordan de fire hovedaspektene som ble lokalisert gjennom analysen av historiene fra gruppesamtalene kunne spille seg ut i målhistorien. Det ble fort tydelig at dette ville være meget tidkrevende, da emosjonene i samspill ville konstruere et stort antall historier.

Det ble derfor heller gjort en gjennomgang av hvert aspekt ved situasjonen i et enklere og mer isolert format. Å aktivt forsøke å forklare hvordan følelsene ville utspille seg i atferd var et forsøk på å forstå situasjonen mer polyvokalt. Gjennomgangen ble gjort alene og resulterte i en liste over utfall med bakgrunn i emosjoner.

Resultat

Gjeldssituasjon

Han ønsker ikke å be om hjelp fordi han er redd for at hun skal kreve tilbake pengene.
Han ønsker ikke å be om hjelp fordi han er redd for ikke å kunne betale tilbake.
Hun ønsker ikke å hjelpe fordi hun ikke vil kreve tilbake pengene.
Hun ønsker ikke å hjelpe fordi hun er redd for ikke å få pengene tilbake.
Han synes det er enklere å be om hjelp fordi han kan gi tilbake pengene.
Hun synes det er enkelt å hjelpe fordi han kan betale tilbake pengene.
Han betaler henne tilbake på eget initiativ.
Hun ber ham betale tilbake, han gjør det.
Hun ber ham betale tilbake, han gjør det ikke.
Han betaler henne ikke tilbake.

Sjenanse og menneskelig kontakt

Han vil ikke forstyrre henne.
Han er redd for at andre skal se situasjonen.
Hun vil ikke forstyrre ham og ignorerer situasjonen.
Hun er redd for at andre skal se situasjonen.
Hun ønsker å hjelpe fordi hun får kontakt med et annet menneske.
Han ønsker å få hjelp fordi han får kontakt med et annet menneske.
Hun vil ikke hjelpe ham når han tar kontakt.
Han ber ikke om hjelp for å slippe å forstyrre.
Hun tar kontakt, men han vil ikke ta imot hjelp.
Han forsøker heller å få kontakt med noen han kjenner.

Tillit

Hun stoler ikke på at han kommer til å bruke pengene på noe fornuftig.
Han stoler ikke på at hun kommer til å hjelpe ham.
Han stoler på at hun kommer til å hjelpe ham.
Hun har ansvar for å hjelpe ham.
Han stoler heller på en han kjenner og avventer til han får kontakt med noen han kjenner.

Stolthet og skam

Han synes det er flaut å be om hjelp.
Hun er redd for at han skal bli flau.
Hun blir stolt av å kunne hjelpe ham.
Han blir stolt av å ha bedt om hjelp.
Han er redd for at andre skal se situasjonen og dømme ham.

Alternative historier

Diskusjon

Det utpregede mønsteret her er at begge parter er usikre på hva som vil være utfallet av situasjonen. Usikkerheten rundt møtet og hvordan det vil mottas tyder også på at det menneskelige møtet er viktig for partene. For å unngå problemet med møtet og usikkerheten rundt opplevelsen og mottakelsen fra motparten kunne jeg for eksempel ha fjernet selve møtet. I kontrast til dette ledet målhistorien mot en løsning som anerkjenner viktigheten av, og usikkerheten koblet til, et møte. Slik kunne designet kanskje gi mennesker et verktøy til å komme i kontakt med andre. Denne prosessen ledet også til et oppgjør med min for forståelse av at utveksling av penger skulle inngå i hjelpesituasjonen. Gjennom dette oppgjøret åpnet det seg en mulighet for en ny målhistorie.

Konklusjon

Målhistorien ble skrevet om med følgende hensikter:

- Å fjerne fokus på at utveksling av penger er nødvendig for at prosjektet skal oppfylle målhistorien.
- Å gjøre det tydelig at den som søker hjelp aktivt sender ut et signal, for å fjerne usikkerhet rundt hvorvidt hjelp er ønsket.
- Å gjøre det tydelig at den som kan hjelpe plukker opp signalet og aktivt tar valget om å ta kontakt, for å fjerne usikkerhet rundt hvorvidt å hjelpe er ønsket.

En ny målhistorie

~~En person ser ned i lommeboken sin. Han har ikke råd. En annen ser ned i sin egen. Hun har litt til overs. De møtes og muligheten oppstår. Hun får hjelpe og han får hjelp. Det handler ikke nødvendigvis om betalingen, men om meningen som oppstår i møtet.~~



En ung mann trenger hjelp og sender ut et signal. En ung kvinne plukker opp signalet og bestemmer seg for å hjelpe. De møtes og muligheten oppstår. Hun får hjelpe og han får hjelp. Det handler ikke nødvendigvis om tjenesten som utføres, men om meningen som oppstår i møtet

Alternative historier

Refleksjoner rundt metoden

Da det ble tydelig at denne metoden ikke ville utarte seg slik det først var tenkt er det verdt å reflektere rundt verdien av den. Potensielt var det feil tidspunkt i prosessen å gjennomføre en slik konkretiseringsmetode. Jeg ser dog verdien av å gjøre konkretiserings- og abstraksjonsarbeid for å skape dypere forståelse for et materiale. Potensielt kan denne formen for arbeid skape enda mer verdi senere i et prosjekt hvor interaksjonene og atferdene er mer uttalte.

Det er også verdt å merke at jeg i denne fasen, som så ofte i dette prosjektet, har jobbet alene. Det er, som Kees Dorst uttrykker, nesten umulig å jobbe som eneste designer og prosessere all den nødvendige informasjonen til å utvikle et komplisert design (Dorst, 2017, s. 22). Det er meget sannsynlig at det ville ha blitt lokalisert flere alternative utfall dersom jeg hadde gjennomført fasen i samarbeid og dialog med andre mennesker.

Innstillingen til metoden var en forventning om at noe spennende eller interessant ville skille seg ut i arbeidet med alternative historier. For eksempel at ett spesifikt narrativ skulle åpne for nye forståelser. Da metoden presenterte seg annerledes enn forventet ble fokuset heller på å se gjennomgående temaer. Slik kunne jeg igjen abstrahere det konkrete, slik jeg hadde gjort i analysen av materialet fra gruppesamtalene og skape en mer eksplisitt og spisset forståelse av emosjonene.

Målhistorien representerte i denne metoden en versjon av historien strippet for emosjoner. Emosjonene var for abstrakte til å enkelt kunne forstå hvordan de ville spille seg ut i atferd. Å kombinere målhistorier med emosjoner og historiedrevet forståelse av atferd gjør det enklere å forstå og favne kompleksiteten av mulige utfall.

Samskriving

Med den nye målhistorien og den narrative innsikten fra gruppesamtalene som grunnlag var neste fokus å utforske potensielle designkonsepter. Den nye rammen rundt problemet med å søke hjelp hos fremmede skulle ha som mål å fjerne usikkerhet rundt ønsket om å inngå i interaksjonen. Målet med denne fasen var å, gjennom dialog, få dypere forståelse for konteksten og å komme frem til noen konseptforslag. Samtidig var hensikten å utforske samskrivingsmetoder. Valget falt dermed på å forsøke å gjennomføre en form for workshop uten det som kan kalles tradisjonell workshop-teknikk, som brainstorming, rollespill eller rask prototyping («Design Kit», udatert).

Metode

Aktiviteten ble gjennomført med tre medstudenter fra Institutt for design. De ble alle kontaktet om å delta på en workshop for min master om historiefortelling, men fikk ingen informasjon om innholdet i aktiviteten utover dette. Aktiviteten ble holdt i et mindre møterom på Institutt for design og de tre deltakerne og jeg satt sammen rundt et bord. Medbrakt var få rekvisitter eller verktøy, ingen post-its, kun noen pinner og blanke ark.

Aktiviteten varte i 1 time og 15 minutter. Samtlige deltakere signerte samtykkeskjema (Vedlegg J). Det ble tatt opp lyd fra diskusjonen som fant sted. Jeg var selv også deltaker og fasilitator i aktiviteten. Detaljert manus for aktiviteten kan finnes i Vedlegg K.

Plan for aktiviteten

Aktivitet	Beskrivelse	Beregnet tid
Intro til workshop	Om prosjektet og målet for workshopen	5 min
Intro til målhistorie	Fortelle målhistorien	5 min
Forklaringer	Alle skriver eller skisserer de tre forklaringene de først kommer på for hvordan målhistorien kan ha funnet sted	10 min
Innsikt	Beskrivelse av innsikt med historier	10 min
Presentasjon og Diskusjon	Vi diskuterer løsninger basert på innsikten	15 min
Samskriving	Vi forsøker sammen å forstå konteksten og menneskene. Vi forsøker å komme frem til mulige løsninger	30 min

Samskriving

Gjennomføring

Aktiviteten startet med en kort introduksjon av mitt arbeid så langt i masteroppgaven og om målet for aktiviteten. Det ble presisert at en del av hensikten med å gjennomføre aktiviteten var å utforske hvordan den fungerte og at deltakerne var invitert til å stille spørsmål om prosessen både under, og etter, aktiviteten.

Da jeg var ute etter å utforske hvordan en så åpen samarbeidssetting fungerte hadde jeg lagt få føringer for arbeidet eller diskusjonene. Målet var til dels å se hvordan folk kommuniserer uten så mange verktøy som ofte introduseres i designworkshops.

Etter å ha forklart at målet med aktiviteten var å komme frem til konseptforslag ble målhistorien presentert. Den ble lest opp og hengt opp på vegg. Deretter ble aktiviteten forklaringer gjennomført for å utforske hvordan menneskers historiebaserte fantasi kan avdekke mulige designløsninger. Disse forklaringene ble beskrevet av deltakerne i ensomhet. Deltakerne ble oppfordret til å forklare hvordan målhistorien kunne skje og å beskrive konteksten. De ble ikke oppfordret til å formulere disse forklaringene som historier.

Deretter ble den narrative innsikten lagt frem som generelle utsagn illustrert med eksempelhistorier for å skape forståelse. Med innsikten fremlagt åpnet jeg for diskusjon og presentasjon av forklaringene som hadde kommet frem gjennom forklaringer-aktiviteten. Med utgangspunkt i disse begynte en diskusjon rundt konteksten og deltakerene forsøkte å skaffe seg en felles forståelse for hva vi jobbet mot.

Den siste delen av aktiviteten ble et forsøk på å skisserer opp konseptforslag til hvordan målhistorien kunne tilfredsstilles med noen føringer lagt av innsikten og noen føringer lagt av deltakerne.

Resultat

Samtlige deltakere beskrev forklaringene sine gjennom illustrasjoner og kortere narrativer. Aktiviteten resulterte i gode diskusjoner og deltakerne koblet sine forklaringer med hverandres og assosierte dem til historier de selv hadde opplevd. Gjennom diskusjonen ble noen temaer lokalisert og skrevet ned på arkene som lå på bordet. Det ble tydelig for gruppen at de fleste ideene og tankene som hadde dukket opp var knyttet til en geografisk betinget forutsetning, altså at Mottaker og Giver var i nærheten av hverandre. Det dukket også opp en spesifisering som hadde unngått meg i mitt arbeid med stoffet. Denne var at hjelp kan være planlagt eller behovet kan være mer øyeblikkelig. Gruppen bestemte seg for å fokusere på mer øyeblikkelig hjelp. Det ble også beskrevet tre generelle scenarioer eller hjelpebehov. Disse var knyttet til trygghet, praktisk hjelp og sosial støtte. Trygghet var knyttet til å for eksempel ta følge hjem med noen en sen kveld, praktisk var knyttet til å for eksempel få hjelp til å handle på butikken og sosial støtte knyttet til for eksempel å finne nye venner i en ny by.

Gruppen diskuterte disse og bestemte seg for å gå videre med de praktiske behovene. Det ble også uttrykt at de tre behovene til en viss grad ikke ekskluderte hverandre. Gruppen diskuterte praktisk hjelp og fant på historier om å trenge hjelp til å få båret varene sine hjem, at noen kan følge med på en hund mens man er i butikken, at noen kan følge med på bagasjen mens man fikser noe på togstasjonen, at noen kan vise veien til et sted, at noen kan betale for deg på butikken og at noen kan hjelpe deg med å finne hvilken offentlig transport du kan ta for å komme deg dit du skal.

Basert på denne narrative beskrivelsen av behovssituasjoner begynte gruppen å fokusere på å foreslå løsninger for behovene. Gruppen ble også enige om at den utløsende hendelsen for at hjelp skulle finne sted var at Giver skulle ta kontakt med Mottaker og ikke omvendt, slik det er i mer naturlige hjelpesituasjoner. Resultatet fra samskivingsaktiviteten ble fem forskjellige, relativt åpne konseptforslag.

Samskriving

Fem forskjellige konseptforslag

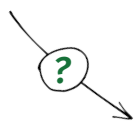
Samtlige av konseptforslagene har sin beskrivelse basert i hvordan Mottaker sender ut signal om et ønske om hjelp, og er tuftet på et ønske om at Giver skal være initiativtaker i interaksjonen. Jeg har for kommunikasjonen av konseptene skissert et scenario. Dette er en kontekstualisert versjon av den nye målhistorien. Ved å bruke målhistorien som ramme for beskrivelsene av konseptene forsikrer jeg meg om at de møter målet for prosjektet. Denne versjonen av målhistorien ble ikke benyttet i samskrivingen. Beskrivelsene av konseptene ble forfattet etter samskrivingen. På motstående side er historien som fungerer som ramme for konseptbeskrivelsene. Målet med alle konseptene er å få hovedpersonen fra A til C. Konseptene vil erstatte del B i historien.

- A** En ung mann sitter på toget mellom Oslo og Trondheim. Han skal bytte tog i Hamar. Han fikk hjelp av faren sin til å ta med seg sykkel og to store kofferter inn på toget, men er bekymret for togbyttet.
- B** Han sender ut et signal om et ønske om hjelp. En ung kvinne plukker opp signalet, bestemmer seg for å hjelpe og tar kontakt.
- C** De avtaler at hun skal ta sykkelen mellom togene. Når de ankommer Hamar hjelper hun ham med sykkelen og de går og setter seg i hver sin vogn. På vei til kafévognen går han forbi henne, de smiler til hverandre.

Samskriving

Konseptene skal frakte hovedpersonen fra A til C.

A En ung mann sitter på toget mellom Oslo og Trondheim. Han skal bytte tog i Hamar. Han fikk hjelp av faren sin til å ta med seg sykkel og to store kofferter inn på toget, men er bekymret for togbyttet.





De avtaler at hun skal ta sykkel og kofferter mellom togene. Når de ankommer Hamar hjelper hun ham med sykkel og de går og setter seg i hver sin vogn. På vei til kafévognen går han forbi henne, de smiler til hverandre **C**

1.

Haiking - fellesskapsbaserte gester

Han løfter opp armen og holder opp tre fingre. En ung kvinne som sitter i samme vogn får med seg signalet og går bort til ham.


 Ingen digitale hjelpemidler
Tydelig kobling til et fysisk møte


 Avslørende
Vanskelig for hjelper å vite om hun kan hjelpe
Tilskuereffekten?

2.

Ring en ny venn - direkte telefonkontakt med en fremmed

Han åpner appen, trykker ring og den ringer alle i nærheten som har appen. En ung kvinne tar telefonen, de snakker sammen.

 Søker forblir anonym for andre enn hjelper
Hjelper vet på forhånd hva som trengs og kan vite om hun kan hjelpe

 Svakere kobling til et fysisk møte
Skummelt å snakke i telefonen med fremmede?

3.

Notification - signal gjennom mobilapplikasjon

Søker forblir anonym for andre enn hjelper
Hjelper vet på forhånd hva som trengs og kan vite om hun kan hjelpe



Han åpner appen, skriver en setning om hva han trenger hjelp til og trykker send. En ung kvinne får en notification og tilbyr seg å hjelpe. De snakker sammen i appen.

Svakere kobling til et fysisk møte



4.

Hjelpunkt - lokasjonsbasert signal

Tydlig kobling til et fysisk møte



Han reiser seg og går til kafévegna hvor det er et hjelpunkt. En ung kvinne ser ham stå der og går bort for å høre hva han trenger.

Avslørende
Vanskelig for hjelper å vite om hun kan hjelpe
Tilskuereffekten?



5.

Lydsignal - fellesskapsbaserte auditive signaler

Tydlig kobling til et fysisk møte



Han åpner appen og spiller lydsignalet. En ung kvinne som sitter i samme vogn hører signalet og går bort til ham.

Avslørende
Vanskelig for hjelper å vite om hun kan hjelpe
Tilskuereffekten?



Samskriving

Diskusjon

Alle disse historiene skildrer den optimale flyten i hvert konsept. Haiking, Hjelpepunkt og Lydsignal har alle en svakhet i at de er avhengige av at søker og hjelper er innen synsvidde eller hørselsvidde av hverandre. Haiking og Hjelpepunkt har en styrke i at de ikke krever noen digitale hjelpemidler og dermed er en mer naturlig, fysisk og sosial måte å komme i kontakt med fremmede. De krever, som Lydsignal, et robust fellesskap av mennesker som er innvidde til signalenes betydning. Notification og Ring en ny venn har til felles at de til en viss grad senker nødvendigheten for et fysisk møte mellom søker og hjelper. Notification og Ring en ny venn har styrke i at de kan benyttes til både øyeblikkelig hjelp og mer planlagt hjelp. Notification har en styrke i at søker ikke blir identifisert før hjelper har akseptert signalet.

Konklusjon

Basert på muligheten for både å planlegge og å få mer øyeblikkelig hjelp faller valget på å gå videre med Notification-konseptet. Det er dog verdt å merke at dette konseptet potensielt er det minst nyskapende eller interessante, men valget baserer seg på hvorvidt konseptet tilfredsstillende målhistorien. Dette konseptet lar søker forbli anonym, forsikrer at hjelper selv tar initiativ til å hjelpe og kobler mennesker sammen basert på lokasjon for å skape fysiske møter.

Endelig konsepthistorie

- A** En ung mann sitter på toget mellom Oslo og Trondheim. Han skal bytte tog i Hamar. Han fikk hjelp av faren sin til å ta med seg sykkel og to store kofferter inn på toget, men er bekymret for togbyttet.
- B** Han åpner appen, skriver en setning om hva han trenger hjelp til og trykker send. En ung kvinne får en notification og tilbyr seg å hjelpe. De snakker sammen i appen.
- C** De avtaler at hun skal ta sykkelen mellom togene. Når de ankommer Hamar hjelper hun ham med sykkelen og de går og setter seg i hver sin vogn. På vei til kafévognen går han forbi henne, de smiler til hverandre.

Samskriving

Refleksjoner rundt metoden

Det er igjen verdt å ta med i betraktningen at deltakerne i aktiviteten var medstudenter og kjente meg og hverandre godt. Både at de kjente hverandre og var designstudenter kan ha hatt utslag for hvordan aktiviteten utspilte seg. Kanskje ville det være vanskeligere å gjennomføre en så åpen, men målrettet samtale med ikke-designere.

Aktiviteten hadde også tildels for få rammer, samtalen fløt godt, men det var krevende for både meg og deltakerne å jobbe i så åpent terreng. Dette kan ha vært fordi det var uvant, eller lite hensiktsmessig. Det var dog befriende å ha en naturlig samtale om temaet som viste seg å lede frem til noe konstruktivt uten å måtte bruke tid på å generere post-its og å gjennomføre andre mer strukturerte metoder. Det kan være at en slik fri samskrivingsaktivitet ville være mer effektiv for å validere foreslåtte konsepter heller enn å generere nye. Den pågående assosiasjonen til selvopplevde historier under diskusjonen kunne også blitt inkludert i den narrative innsikten fra gruppesamtalene.

Dialog var et av målene for aktiviteten. De fleste designworkshops er, i min erfaring, ofte plaget av falsk dialog, eller sekvensiell monolog. Deltakerne jobber parallelt og selvstendig, og presenterer materialet og refleksjoner til fellesskapet. Gjennom å gjennomføre en åpen og samtalebasert aktivitet fikk jeg bekreftet verdien av ekte dialog. Aktiviteten ble mer en samtale for å få en forståelse av hva folk tenker om denne typen situasjoner, enn en idégenererende fase. Det dukket som nevnt opp nye forståelser om at hjelp kan deles opp i to andre scenarier, øyeblikkelig og planlagt hjelp. Denne forståelsen leder meg til en bekreftelse av at dialog faktisk kan skape mer mening.

Ved gjentatt gjennomføring av aktiviteten ville jeg ha forsøkt å presentere innsikten i begynnelsen av aktiviteten og deretter presentert målhistorien. Jeg ville også potensielt ha forsøkt å innlede en diskusjon av målhistorien for å skape en mer delt forståelse. Det ville også potensielt vært verdifullt å jobbe hardere for å få gruppen til å bevege seg videre i arbeidet og ta beslutninger. Mer tid og mer struktur kunne også ha forbedret resultatet av det idégenererende arbeidet.

Det er også interessant å reflektere over kommunikasjonen av konseptforslagene som er presentert i dette kapitlet. Disse representerer ikke bare en kommunikasjon, men også en måte for meg å gjøre min forståelse av dem eksplisitt. Slik blir det lettere for meg å observere dem og å velge et konsept. Å bruke målhistorien som utgangspunkt for en narrativ beskrivelse av konseptene tilfredsstiller også behovet for å validere at de forskjellige konseptene møter samme mål.

Kommunikasjon

En ung mann sitter på toget mellom Oslo og Trondheim. Han skal bytte tog i Hamar. Han fikk hjelp av faren sin til å ta med seg sykkel og to store kolli inn på toget, men er bekymret for byttet. Han åpner appen, skriver en setning om hva han trenger hjelp til og trykker send. En ung kvinne får en notification og tilbyr seg å hjelpe. De snakker sammen i applikasjonen. De avtaler at hun skal ta sykkelen mellom togene. Når de ankommer Hamar hjelper hun ham med sykkelen og de går og setter seg i hver sin vogn. På vei til kafévognen går han forbi henne, de smiler til hverandre.

Konseptet beskrevet over er en mobilapplikasjonsbasert tjeneste som kobler sammen fremmede som enten søker hjelp eller ønsker å hjelpe.

For å undersøke konseptet har jeg under forsøkt å skrive det inn i to av historiene fra samtalegruppene. Her løser konseptet problemer og skaper enklere møter mellom fremmede.

Ark på Brunhjørnet

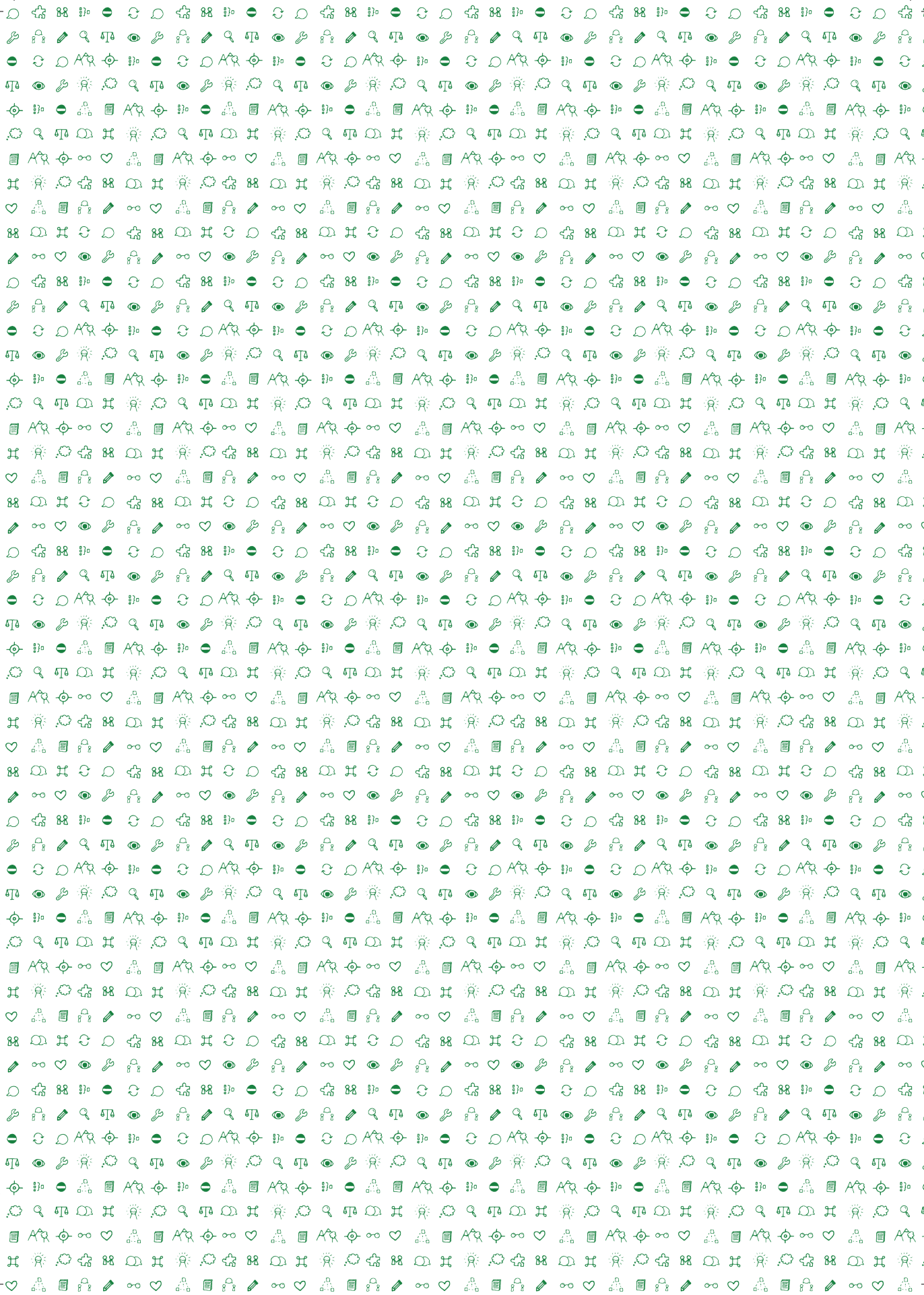
En fortalte om en som hadde glemt kortet sitt på jobb da hun var ute i lunsjen for å kjøpe en bok, og de som stod i kassa ikke ville hjelpe henne med å vippse. Under er konseptet skrevet inn i historien.

En som jobber på Trondheim Torg som var på ark på Brunhjørnet og skulle kjøpe en bok eller noe i gave og hadde med seg et kort som hadde gått ut eller noe sånt og fikk da ikke betalt. Men hadde med seg mobilen og hadde mulighet til å vippse. Så hun spurte de som jobbet der om de kunne gjøre det og de sa "Nei dessverre det har vi ikke mulighet til". Så hun tok opp telefonen og skrev en setning og situasjonen og trykket send. Etter to minutter fikk hun svar på appen av en ung mann som kunne komme bort til Ark, hun skrev at hun stod ved kassa. Etter et par minutter kom han inn i butikken og gikk bort til kassa. Han spurte om det var hun som trengte hjelp og hun svarte og hilste på ham. Så han betalte for boken. Hun tok den imot, takket ham og vippset ham prisen. Så gikk de ut av butikken sammen og skulle hver sin vei. Hun takket ham igjen og han smilte og sa at det var da så lite.

Krillkrise

En fortalte om å bli stoppet på gata av en fyr som hadde stått en stund og bedt om hjelp med regninger. Fortelleren slet med å forstå hva problemet var, men fikk etterhvert med seg at mannen uvitende hadde blitt krill-abonnet og trengte hjelp med inkassokrav. Under er konseptet skrevet inn i historien.

Jeg var i byen, jeg skulle noe om en time, så jeg hadde god tid og spankulerte bortover. Så fikk jeg en notification på mobilen. Det var en fyr som trengte hjelp, han hadde rotet seg bort med de folka som står og selger krill-tabletter. Han hadde for noen måneder siden liksom tatt en prøvepakke og nå hadde han en pose med krill-tabletter, tre regninger som hadde gått i inkasso og en ny regning og trengte hjelp til å stoppe det. Vi avtalte å møtes på kaffebrenneriet. Han spanderte en kaffe på meg, så la jeg alle disse papirene utover bordet og prøvde å skjønne greia og det var helt kaos. Og så fant jeg frem til noen telefonnummer og til slutt så fikk jeg i hvert fall tak i riktig person da. Jeg var ganske streng med dem, sa at det går ikke an å bruke folk på den måten. Og så la de seg flate da. Så sa jeg at du putter papirene og boksene, gå på posten og send det til denne adressen, så er det løst. Og athan kunne kontakte meg i appen hvis det oppstod noen flere problemer. Og han bare "Jaa", ble dritglad da. Det tok en halvtime å fikse det, men det var jævlig gøy.



Diskusjon og evaluering

Å drive designarbeid uten kjente verktøy har både vært utfordrende, inspirerende og øyeåpnende. At aktivitetene som ble gjennomført ledet til et foreslått design gjør det tydelig for meg at designerens kjernekompetanse ikke nødvendigvis må være knyttet til verktøyene hun bruker. Designerens styrke er hennes forståelse for kompleksitet og problemløsning, og evne til å ha empati med mennesker og å se mulighetsrom som kan være skjult for andre.

Det har også blitt tydelig at samarbeid og dialog overgår arbeid i ensomhet. Gruppesamtalene og samskrivingen viste meg hvor mye mer forståelse og nyanser som kan oppstå i ekte dialog.

Arbeidet med målhistorien i dette prosjektet har vært meget spennende. Det har vist seg å være et verktøy som fungerte meget godt. Å ha et eksplisitt mål med fokus på mennesker og deres opplevelser gjorde det enkelt for meg å navigere i mulighetsrommet som presenterte seg gjennom prosjektet. Det viste seg også riktig at min forforståelse i defineringen av målhistorien begrenset meg og at jeg hadde rett i at den kunne måtte skrives om. Slik fikk jeg også bevist for meg selv at induktiv innstilling i et prosjekt kan lede til endringer av målet for prosjektet, og har potensialet til å skape bedre designintervensjoner.

Denne designprosessen har hatt tjenesteinnovasjon som mål, min mening er at denne formen for design også kan brukes til mer problemløsende arbeid eller forbedringsarbeid av eksisterende produkter. Innstillingen i designprosessen er først og fremst et fokus på historiefortelling som sentralt forståelsesformat i menneskelig kognisjon og ved å inkludere flere metoder, som vil beskrives i oppgavens kapittel *Historiedrevet design*, kan designere benytte seg av historiefortelling i design i et mangfold av prosjekter.

Del 5

*Denouement**

- * *Fra engelsk: the final part of a narrative in which the strands of the plot are drawn together and matters are explained or resolved.*

Følgende del kan leses som oppgavens konklusjon.

- s. 148 *Konklusjon*** - Konkluderende tanker om historiefortelling i design.
- s. 152 *Historiedrevet Design*** - Prinsipper og metoder som inngår i mitt forslag til en designprosess med historiefortelling i sentrum.
- s. 160 *Diskusjon og evaluering*** - Generelle refleksjoner tilknyttet og evalueringer av arbeidet som helhet.
- s. 164 *Videre arbeid*** - Om videreutvikling av resultatene, historiedrevet design og implikasjoner for utdanning av designstudenter.

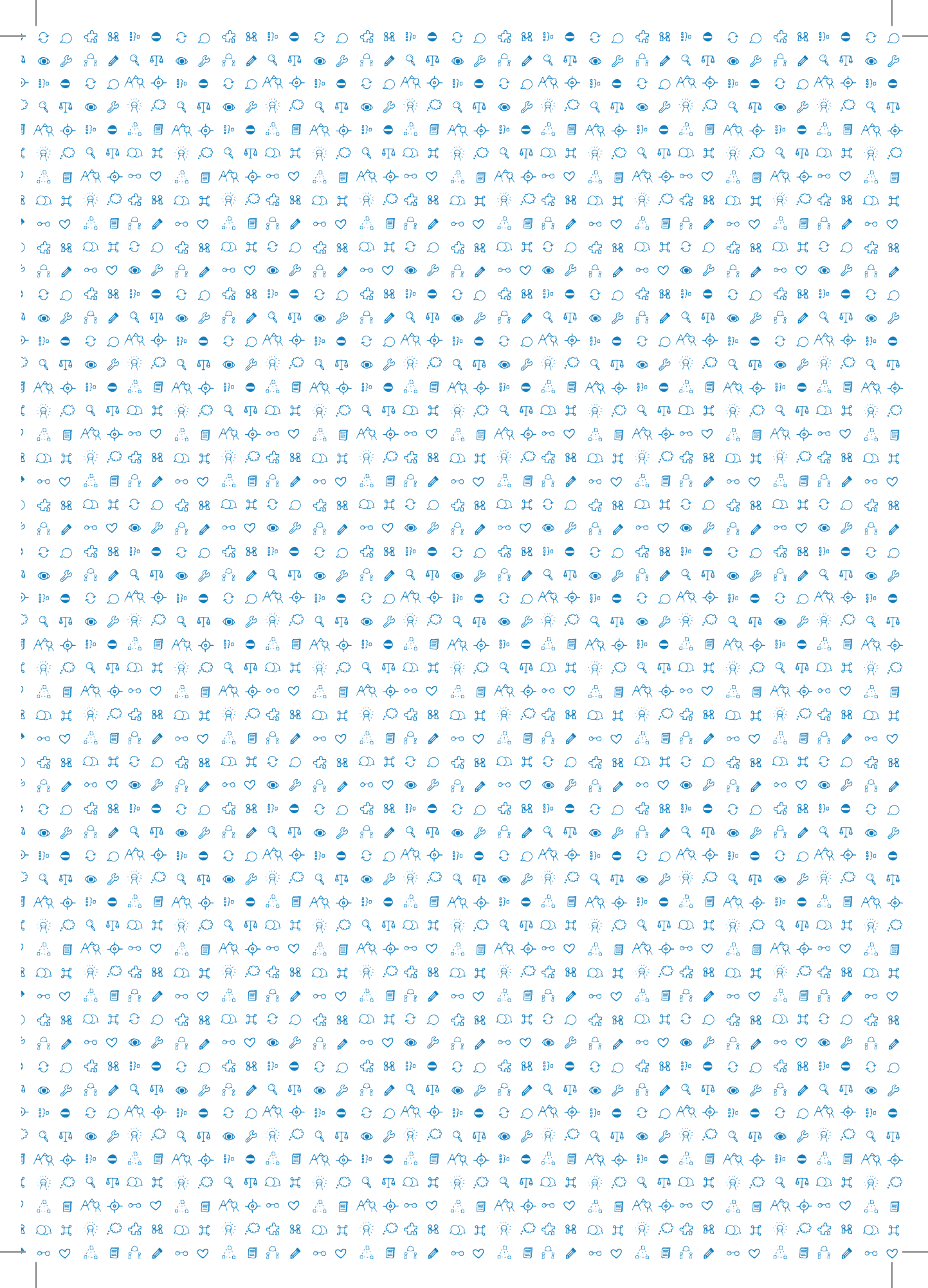
Konklusjon

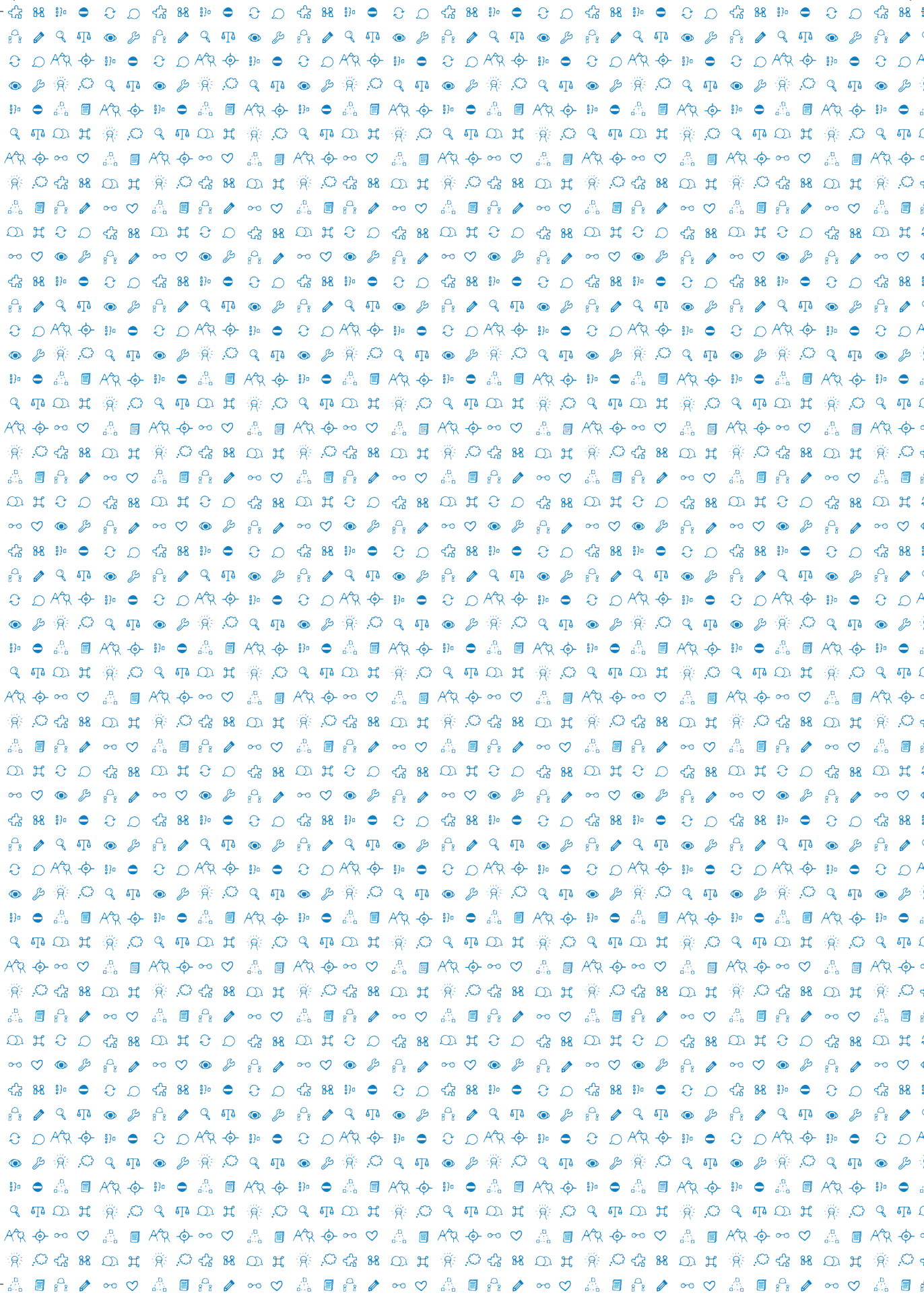
Jeg har i del 2 og del 3 av denne oppgaven presentert 22 temaer som omhandler betydninger av historier for mennesker generelt og for forskere og designere spesielt. Disse konkretiseringene av sider ved historiefortelling forklarer sammen hvorfor historiefortelling kan bre seg over hele designprosessen. Det at det går an å observere temaet med så mange meningsfulle forankringer og perspektiver validerer at historiefortelling kan ha en sentral rolle i design.

Narrativer berører kjernen av det å være menneske og bruken av historier i design kan være en menneskelig forankring i en designprosess. Ved å presentere konkrete temaer har jeg pekt ut retninger hvor vår oppmerksomhet kan vendes når vi anvender historier i design. Disse nyansene kan fungere som inspirasjonskilder og grunnmur for en historiedrevet designpraksis.

Spørsmålet som skulle besvares i denne oppgaven var *“Hvordan kan historier og historiefortelling benyttes som et instrument for å skape forståelse i en designkontekst?”*. Resultatene fra del 3 beskriver hvordan historier kan benyttes til å skape forståelse. Resultatene i del 2 beskriver hvorfor historier kan benyttes til å skape forståelse. Ved å omfavne og bevisst benytte seg av temaene som har blitt presentert i disse delene kommer en designer nærmere å anvende historiefortelling med hensikt og mening.









I oppgavebeskrivelsen for denne masteroppgaven heter det at oppgaven skal inneholde “Formulering av anbefalinger til bruk av historier i designpraksis”. Gjennom arbeidet med oppgaven har historier vist seg som både en måte å tenke og handle på og som et pragmatisk verktøy for en designer. I dette kapittelet vil mine anbefalinger for bruk av historier i designpraksis presenteres. Arbeidet med oppgaven har ledet meg til et forslag til en, for meg, ny modell for designpraksis.

Følgende er mine anbefalinger for Historiedrevet design.



Historiedrevet design

Historiedrevet design er en måte å drive designarbeid som setter mennesket og forståelse i fokus gjennom narrative aktiviteter og tenkemåter. Historiedrevet design innbefatter generelle prinsipper for designarbeid og en verktøykasse med historiedrevne og forståelsesskapende metoder.

Prinsipper

Historiedrevet design har grunnlag i en innstilling til design som en prosess med mål å skape positive effekter i menneskers subjektivt opplevde virkelighet. Historiedrevet design anser designeren som et abduktivt resonnerende, men induktivt forstående menneske. Historiedrevet design er tuftet på en forståelse av historier som en sentral funksjon i menneskelig kognisjon og kommunikasjon. I kjernen av historiedrevet design står følgende prinsipper:

Empatisk menneskefokus

Historiedrevet design setter menneskets opplevde virkelighet i fokus. Dette både i funksjon av at historier er en sentral menneskelig aktivitet og at historier i sin kjerne handler om mennesker. Det holder ikke som designere å tenke operasjonelt hvis vi er ute etter å skape gode opplevelser. Historiedrevet design oppfordrer til å empatisk tilnærme seg menneskene og kontekstene som involveres i designprosessen og det endelige produktet.

Ansvarlig design

Som designere har vi et ansvar for hva vi plasserer ut i verden. Vi har også et ansvar overfor menneskene vi jobber med og for. Vi er spesielt, i historiedrevet design, ansvarlige for å beholde integriteten til historiene som benyttes i designprosessen. Anerkjennelsen av historier som autonome er sentral også for å erkjennelsen av at all kommunikasjon er autonom.



Forståelse som kjerne

Induktivitet og forståelsesskapende arbeid bør i historiedrevet design anses som en kontinuerlig prosess gjennom designprosjekter. Uten nysgjerrighet og åpenhet rundt alternative virkelighetsopplevelser vil designere ikke kunne skape verdifulle og nyvinnende løsninger og opplevelser. Ved å utfordre og utvide egen forforståelse kan vi åpne mulighetsrommene for intervensjoner.

Intervensjon som mandat

Designers mandat er å være den som foreslår intervensjoner og løsninger. Forståelseskapende prosesser og historiefortelling kan lede designeren til intervensjonspunkter. Intervensjonene kan forstås og beskrives gjennom historiefortelling.

Verdien av dialog

Sentralt i historiedrevet design er historiers sosiale natur. Ved å benytte seg av dialog og samskriving kan designere skape bredere og mer stabile forståelser.

Verktøykasse

Følgende er korte oppsummeringer av konkrete metoder og aktiviteter som inngår i historiedrevet design. Det legges ingen bestemte føringer for når i et designprosjekt følgende metoder skal anvendes.

Målhistorier

Hvordan

Beskriv målet i et designprosjekt som en historie.

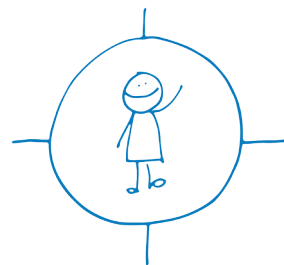
Nivået av konkretisering, eller eksplisitt beskrivelse, av kontekst kan definere størrelsen på prosjektets mulighetsrom.

Antall målhistorier, eller målhistoriens kompleksitet, kan defineres ut fra hvor mange vokaler som skal representeres.

Hvorfor

For å holde mennesket og effektene på menneskets subjektivt opplevde virkelighet sentralt i prosjektet.

For å ha en delt forståelse i prosjektteam om målet for prosjektet som er enkelt å huske.



Narrativ innsikt

Hvordan

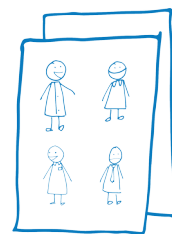
Samle data om mennesker og kontekster i form av historier

Narrativ innsikt bør kombineres med kvantitativ innsikt og andre former for kvalitativ innsikt.

Sett med episodiske data bør behandles induktivt og med respekt for historienes opprinnelige betydning for fortelleren. Historier bør valideres mot fortellerens forståelse av historiens mening.

Hvorfor

For å ha en kobling til menneskers opplevde virkelighet fremfor deres antatte verdier og atferder





Gruppesamtaler

Hvordan

Samle data til narrativ innsikt gjennom gruppesamtaler

Gruppesamtalenes deltakere bør velges ut fra prosjektets omfang og relevante interessenter.

Et større antall gruppesamtaler øker mangfoldet av mulig forståelse.

Tema og scope for gruppesamtaler bør defineres ut fra hvilken forståelse som søkes.

Historier bør valideres mot fortellerens forståelse av historiens mening.

Hvorfor

For, gjennom historiers sosiale natur, å avdekke et mangfold av verdier og atferder.

Samskriving

Hvordan

Gjennomfør dialogiske aktiviteter for å skape utvidet forståelse, validere og idégenerere

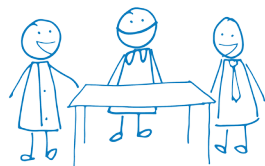
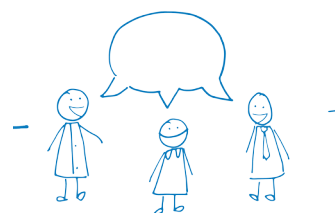
Samskrivingens deltakere bør velges ut fra prosjektets omfang og relevante interessenter.

Aktiviteten bør ha en tydelig plan, men være åpen for diskusjon og dialog.

Samtaledrevne aktiviteter

Hvorfor

For, gjennom historiers sosiale natur, å skape en mer polyvokal og sammensatt forståelse for prosjektets utfordringer og muligheter.



Verktøykasse

Alternative historier

Hvordan

Benytt historieformat til å forstå og internalisere mulighetene eller hindringene i et prosjekt

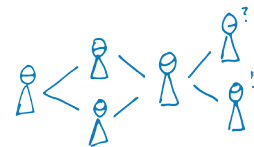
Emosjoner konkretiseres gjennom atferder i et narrativ

Kan brukes til å forstå hvordan emosjoner spiller seg ut eller til å internalisere andres opplevelser

Hvorfor

Gjennom gjentatt konkretisering og abstraksjon av emosjoner og atferder kan dypere forståelse oppnås

Ved å skrive historier om emosjoner eller atferder kan nye forståelser internaliseres



Induktiv analyse

Hvordan

Analyser innsiktsmaterialet induktivt

Gi deler av materialet koder for å gjøre det enklere å huske

For å la materialet diktere analysen fremfor å søke svar på spesifikke forforståelser

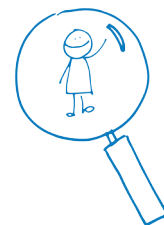
Lokaliser mønster i materialet for å finne generelle emosjonelle eller atferder

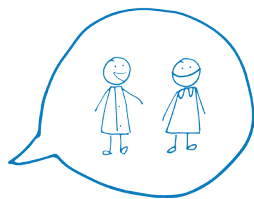
Gjentatt analyse kan føre til dypere forståelse eller nye innsikter

Gjennomgå materialet etter analyse for å validere eller utforske

Hvorfor

For å avdekke uventede innsikter som potensielt lever utenfor egen forforståelse





Kommunikasjon

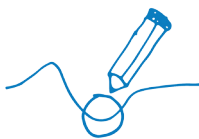
Hvordan

Bruk historier til å kommunisere innsikt eller konsepter
Anvend historier fra narrativ innsikt til å illustrere forståelser fra analysen
Knytt forståelse til konkrete hendelser

Hvorfor

For å skape empati i lytterne
For å gjøre forståelse konkret

DEB



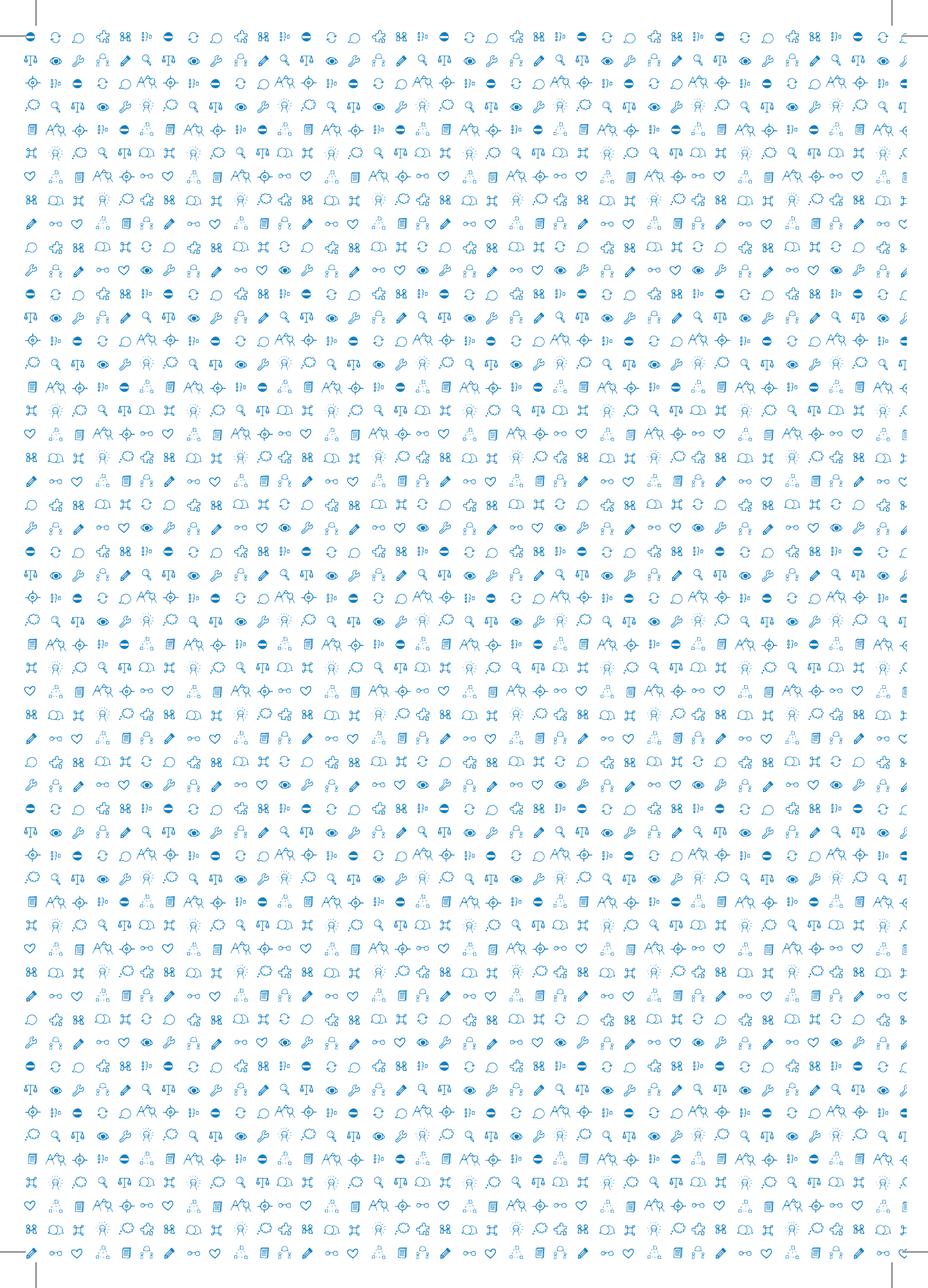
Intervensjonspunkter

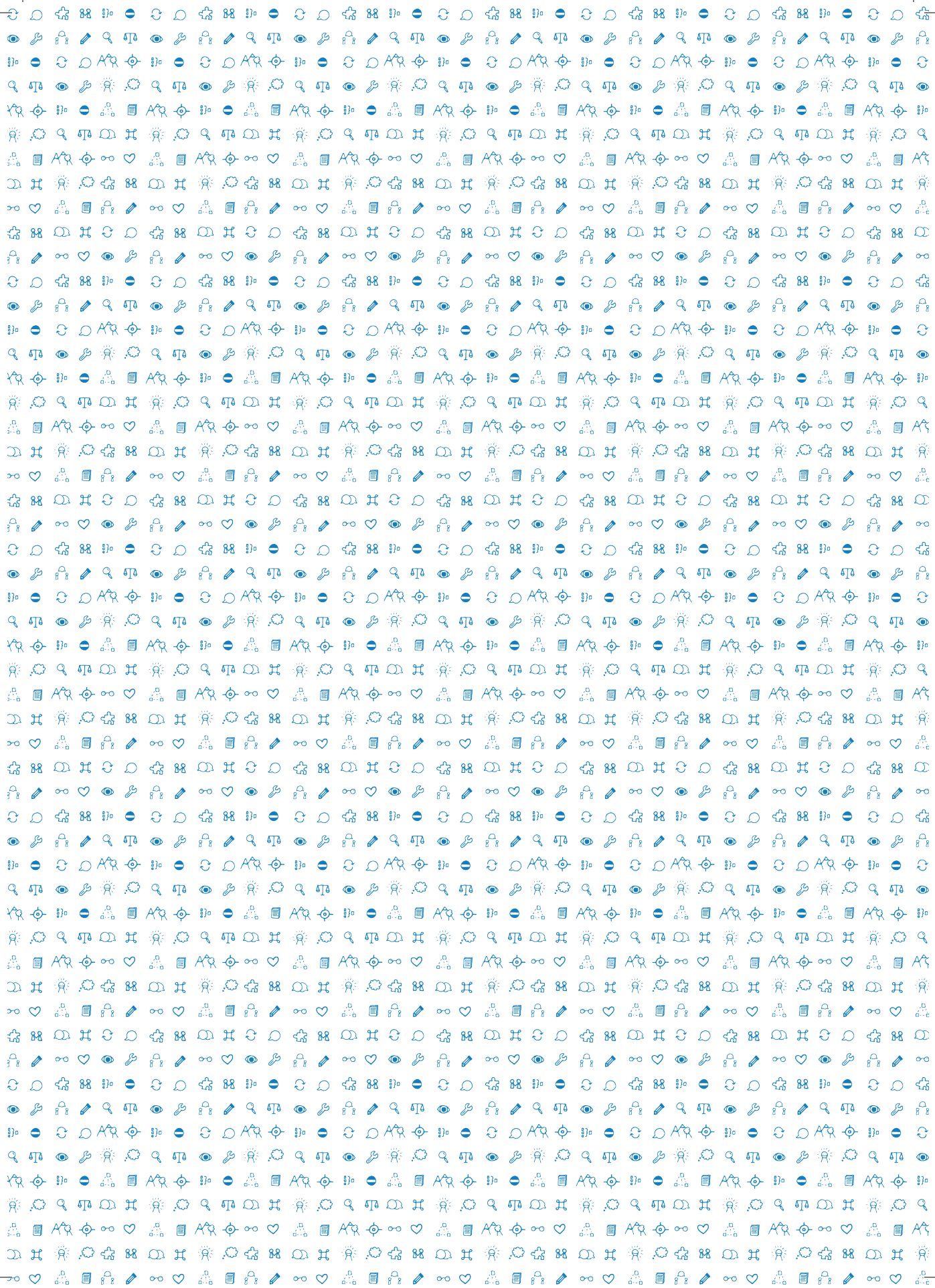
Hvordan

Anvend historier til å lokalisere intervensjonspunkter
Anvend emosjonell intensitet i et narrativ til å lokalisere smertepunkter som kan trenge intervensjon

Hvorfor

For forbedring av eksisterende tjenester





Diskusjon og evaluering

Arbeidet med denne oppgaven hadde sitt utgangspunkt i en oppgavetekst som inkluderte ordene innsiktsskapende verktøy, historiefortelling, instrument, forståelse og designkontekst. Disse temaene har ledet meg gjennom arbeidet som har resultert i følgende refleksjoner.

Forståelse står nå for meg som en kjerneverdi for en designer som ønsker å skape gode opplevelser. En designers mandat skal være å, gjennom kreativ problemløsning, skape løsninger og intervensjoner. Innsikt og forståelse kan ikke alene produsere løsninger, men legger grunnmuren vi baserer vår kreativitet på. Innsiktsskapende verktøy handler nå for meg ikke lenger om fasen eller aktiviteten vi kaller innsiktsarbeid. Det handler om delt, dialogisk forståelse i team, empatiske tilnærmelser til menneskers opplevelser og om at forståelse og nysgjerrighet bør være en designers innstilling, ikke en aktivitet. Designers innstilling til forståelse bør spille seg ut i induktive, kvalitative aktiviteter med respekt for egen og andres subjektivitet og forforståelse.

Inn i denne innstillingen kommer historiefortelling. Den naturlige menneskelige atferden og tenkemåten bør benyttes bevisst og aktivt av designere. Det har blitt tydelig for meg gjennom arbeidet med dette prosjektet at de fleste designere jeg har snakket med, måtte det være praktiserende designere, akademikere eller medstudenter, uttrykker selv at de benytter seg av historiefortelling i sin designpraksis. Det er dog tidvis vanskelig å få eksplisitte svar på hvordan og hvorfor anvendelsen finner sted. Gjennom arbeidet med denne oppgaven har jeg lokalisert flere pragmatiske anvendelser for historiefortelling i design, verktøy eller instrumenter presentert i kapittelet Historiedrevet design.

Det er en nødvendig vedkjennelse at god historiefortelling kan være vanskelig. Ikke desto mindre står historiefortelling, som nevnt, for meg som både en naturlig måte å tenke om og observere verden og våre opplevelser. Det er sentralt i menneskelig kognisjon og kommunikasjon. Dette bør lede oss til konklusjoner om at historiefortelling er et naturlig valg for den kommuniserende designer, spesielt når det kommer til å skape delt forståelse i en designkontekst.

Å gjennomføre et så teoretisk prosjekt har vært en stor læringsmulighet og har gitt verdifull innsikt i kvalitativ metode. Jeg hadde, da jeg begynte arbeidet, ikke sett for meg at utforskningen av mine funn skulle gjøres gjennom et designprosjekt. Da beslutningen om å gjøre dette ble tatt var jeg redd for at jeg muligens hadde tatt meg vann over hodet. Det viste seg, som forventet, å by på mye arbeid, men var ikke desto mindre verdifullt for min forståelse for stoffet. Jeg hadde gjennom oppgaven opparbeidet meg teoretisk forståelse for historiefortelling i design, og å også kunne skilte med empirisk erfaring oppleves som berikende.

Jeg har i arbeidet med denne oppgaven forsøkt å arbeide grundig og omhyggelig for å favne bredden i verdien av historiefortelling for designere. Store deler av arbeidet i denne oppgaven kan anses som forskningsarbeid. Grounded theory har vært det metodiske utgangspunktet for analyse og arbeid (Corbin & Strauss, 1990). Min evne til, og kunnskap om, å systematisk bearbeide materiale har utviklet seg gjennom arbeidet. Dette resulterte i at analysen i del 3 var mer systematisk og metodemessig korrekt enn analysen i del 2. Prosjektet har til en viss grad representert mitt første ordentlige steg inn i kvalitativ forskning.

Det er flere styrker og svakheter ved studiene som har blitt presentert i denne oppgaven. Utvalget av deltakere i intervjuer har vært for lite og intervjusubjektene har kanskje representert for like innstillinger til temaene. Dette gjelder spesielt intervjuene med forskere ved NTNU. Det er ingen tvil om at jeg burde ha hatt kontakt med flere fagpersoner fra flere fagfelt, som psykologi og litteraturvitenskap. Studienes reproduserbarhet er også under tvil, da det er en betydelig sannsynlighet for at en annen forsker ville funnet annen litteratur og at andre personer å intervjuer ville avdekket andre temaer. Analytisk er det også mulig at reproduksjonen av studiene ville utspilt seg annerledes, da dette var relativt ukjent territorium for meg.

Diskusjon og evaluering

Studiene metodiske styrker er tilkoblet datainnsamling og analyse som sammenhengende prosesser, grundig arbeid i å løfte utsagn til mer generelle konsepter og kategoriseringer av disse konseptene. Resultatene til studiene har styrker i at temaene beskrevet både var sammenhengende og varierte. Det er tilsynelatende store muligheter for fortsatt utforskning og bekreftelser av mitt forskningsarbeid.

Jeg anser arbeidet med designprosjektet som noe forhastet og det ville være interessant å ha jobbet mer grundig med dette. Det var dog ikke hensiktsmessig med tanke på tiden som var til rådighet.

Å skrive har som nevnt i begynnelsen av denne oppgaven vært en sentral aktivitet i arbeidet. Å utfordre seg selv til å skrive kreativt og utprøvende har vært en ny og spennende opplevelse. Det ble tydelig for meg at å iterativt utforme en tekst førte til både rikere innhold og mer lese- og skriveglede.

Gjennom arbeidet med denne oppgaven har mitt syn på design som aktivitet og opplevelse blitt gjort eksplisitt for meg. Ved å tvinge seg selv til å skrive om og forstå design som et landskap hvor historiefortelling skulle utspille seg, ble jeg også tvunget til å gjøre det tydelig hvordan jeg vil beskrive opplevelsen av å designe. Denne prosessen tydeliggjorde for meg at jeg anser forståelse som sentral aktivitet i designerens arbeid. Jeg oppdaget mot slutten av arbeidet at det finnes designere med samme innstilling og forståelse som meg. De beskriver design ved hjelp av modellen Hermeneutisk design. Ved å forstå design som en hermeneutisk aktivitet, forstår perspektivet design som en aktivitet hvor ny mening og nye, gode praktiske løsninger kan komme ut av tolkning og forståelse (Jahnke, 2012). Hermeneutisk design kan karakteriseres ved sitt fokus på utviklingen av forståelse underveis i designarbeid. Hovedutfordringen i designarbeid er i følge det hermeneutiske perspektivet å opparbeide seg en forståelse for det designede produktet. Designere må forstå konteksten, verdiene og funksjonene. (Lie, 2011)

Det bør påpekes at designprosjektet potensielt ble begrenset av at jeg insistere på å bruke utelukkende historiedrevne aktiviteter. Det å kun benytte historiedrevne og dialogiske aktiviteter i en workshop kan dog leses som en kommentar på det jeg anser som en tendens ved Institutt for design. Det er min oppfatning av vi studenter gjennomfører workshops uten eksplisitt å vite grunnlaget for aktivitetene. Vi har lite kunnskap om hvorfor eller hvordan å gjennomføre en god workshop. Jeg mener at vi gjerne kan komme frem til forståelse og ideer gjennom andre metoder enn personas, posti-its, brainstorming og skisser. Flertallet av workshopene jeg har deltatt i er etter min mening, som nevnt, ofte preget av sekvensiell monolog, der målet heller bør være å engasjere i ekte dialog.

Gjennom dette prosjektet har jeg fått muligheten til å foreslå og prøve ut, for meg, ukjent designmetodikk. Erfaringene fra denne prosessen har, som nevnt, åpnet mine øyne for designerens styrker og mandat. Å drive designarbeid uten kjent metodikk har skapt en ny bevissthet rundt designerens ferdigheter og egenskaper fremfor verktøy og aktiviteter. En designers ferdigheter er tilstedeværende i alle hennes aktiviteter. Blant annet nysgjerrighet, empati, forståelse for estetikk og en kreativ innstilling driver designerens arbeid. Historiefortelling står for meg som en verdifull tilføyelse i denne listen.

Videre arbeid

Jeg anser denne masteroppgaven som begynnelsen, eller fortsettelsen, på et prosjekt som fremdeles har et langt liv i vente. Potensialet til å fortsette å anvende og undersøke stoffet er fremdeles stort. Det ligger foran meg et pågående arbeid med å videreutvikle og fortsette å utforske historiedrevet design. Dette bør gjøres gjennom å prøve ut og vurdere konkrete metoder, som målhistorier, og gjennom mer generell utforskningen av designeres innstillinger i eget arbeid.

Det kan være aktuelt å forfatte et sett med vitenskapelige artikler med bakgrunn i arbeidet gjennomført i denne masteroppgaven. Det ville også være interessant å utvide det akademiske arbeidet med historiedrevet design til mer validerende arbeid i tillegg til det fortsatte utforskende arbeidet.

Materialet som har blitt presentert i denne rapporten kunne, etter min mening, komme flere designere til nytte. Det ville være interessant å forsøke å omarbeide materialet til et form for oppslagsverk for den historieinteresserte designer. Denne boken kunne gitt designere forståelse for hvordan og hvorfor historier kan spille en sentral rolle i deres arbeid.

Med bakgrunn i arbeidet gjennomført i denne masteroppgaven vil jeg også foreslå utvidelser i utdannelsen av unge designere. Ved å inkludere en forståelse av historiedrevet design i undervisningen kan studentene ikke bare bli bedre historiefortellere, men de kan forstå hva historiefortelling, induktivitet og forståelse kan bety for en designer. Jeg anser det ikke som nødvendig å undervise i de spesifikke metodene som har blitt presentert i denne oppgaven. Det hadde dog vært interessant er å undervise designstudenter i innstillingen til historier som en kjernefunksjon i menneskelig kognisjon, og hvordan og hvorfor historier kan benyttes til å skape forståelse i en designkontekst.

Takk for oppmerksomheten

Bibliografi

- Allen, A. (2012, august 6). Types of knowledge | Knowledge Bird. Hentet 2. juni 2018, fra <http://knowledgebird.com/types-of-knowledge-tacit-explicit-implicit/>
- Alnes, J. H. (2015). hermeneutikk [online] Store norske leksikon. URL: <https://snl.no/hermeneutikk> (13. 04. 16). Hentet fra <https://snl.no/hermeneutikk>
- Andersen, T. (1994). Reflekterende processer. Samtal och samtal om samtalen. Stockholm: Mareld. Hentet fra <http://sopper.dk/speciale/arkiv/at96.pdf>
- Arendt, H. (1958). The human condition. New York.
- Asheim, J. (2018).
- Atasoy, B., & Martens, J.-B. (2016). STORYPLY: Designing for User Experiences Using Storycraft. I P. Markopoulos, J.-B. Martens, J. Malins, K. Coninx, & A. Liapis (Red.), Collaboration in Creative Design: Methods and Tools (s. 181–210). Cham: Springer International Publishing.
- Bakhtin, M. M. (1986). Speech Genres & Other Late Essays, ed. by Caryl Emerson and Michael Holquist, trans. by Vern W. McGee (Austin: University of Texas Press, 1986).
- Bertaux, D. (1990). Oral history approaches to an international social movement. Comparative Methodology: Theory and Practices in International Social Research, Sage, London.
- Birks, M., & Mills, J. (2015). Grounded Theory: A Practical Guide. SAGE.
- Brannen, J. (2013). Life Story Talk: Some Reflections on Narrative in Qualitative Interviews. Sociological Research Online, 18(2), 1–11.

- Bruner, J. S. (1986). Actual minds, possible worlds. Harvard University Press.
- Buskermolen, D. Ö., & Terken, J. (2016). Co-Constructing New Concept Stories with Users. I P. Markopoulos, J.-B. Martens, J. Malins, K. Coninx, & A. Liapis (Red.), Collaboration in Creative Design: Methods and Tools (s. 233–249). Cham: Springer International Publishing.
- Chandler, D., & Munday, R. (2011). A Dictionary of Media and Communication. OUP Oxford.
- Clandinin, D. J., Connelly, F. M., & Others. (2000). Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research.
- Council, D. (2006). Double diamond design process. London: Design Council. Hentet fra <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond>
- Denzin, N. K. (1989). Interpretive Biography. SAGE.
- Design Kit. (udatert). Hentet 2. juni 2018, fra <http://www.designkit.org/methods/33>
- Design Sprint Kit. (udatert). Hentet 2. juni 2018, fra <https://designsprintkit.withgoogle.com/methods/understand/>
- Dorst, K. (2017). Notes on Design: How Creative Practice Works. BIS Publishers.
- Fangen, K. (2010). Deltagende observasjon. Fagbokforlaget.

Bibliografi

- Farris, M., & Morlan, A. (2013). Bring on the Velvet Revolution: The Politics of Individual Subjectivity in Tom Stoppard's *Rock'N'Roll*. I M. Rohse, J. J. Infanti, N. Sabnani, & M. Nivargi (Red.), *The Many Facets of Storytelling: Global Reflections on Narrative Complexity* (s. 234–250).
- Fonseca, L., & Manzin, G. (2013). Story and the Making of Identity: The Stork and the Elephant. I M. Rohse, J. J. Infanti, N. Sabnani, & M. Nivargi (Red.), *The Many Facets of Storytelling: Global Reflections on Narrative Complexity* (s. 105–115).
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures* (Bd. 5019). Basic books.
- Glebas, F. (2012). *Directing the Story: Professional Storytelling and Storyboarding Techniques for Live Action and Animation*. Taylor & Francis.
- Gruen, D. (2000). Stories and Storytelling in the Design of Interactive Systems. I *Proceedings of the 3rd Conference on Designing Interactive Systems: Processes, Practices, Methods, and Techniques* (s. 446–447). New York, NY, USA: ACM.
- Gudmundsdottir, S. (2001). Narrative research on school practice. *Handbook of research on teaching*, 4, 226–240.
- Hanington, B., & Martin, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Rockport Publishers.
- Hoffart, I. (2018).
- Jahnke, M. (2012). Revisiting Design as a Hermeneutic Practice: An Investigation of Paul Ricoeur's Critical Hermeneutics. *Design Issues*, 28(2), 30–40.
- Lerner, G. H. (1992). Assisted storytelling: Deploying shared knowledge as a practical matter. *Qualitative sociology*, 15(3), 247–271.

- Lichaw, D. (2016). *The User's Journey: Storymapping Products That People Love*. Rosenfeld Media.
- Lie, U. (2011). Framing an eclectic practice; historical models and narratives of product design as professional work. Hentet fra https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/241145/505892_FULLTEXT01.pdf?sequence=1
- McGee, V. W. (1986). *Mikhail Bakhtin: Speech genres and other late essays*. University of Texas at Austin.
- Moen, T. (2006). Reflections on the Narrative Research Approach. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(4), 56–69.
- Moen, T. (2018).
- Nielsen, B. (2018).
- Parkinson, D., & Warwick, L. (2017). Stimulating Thinking at the Design Pitch. *Storytelling Approach and Impact. The Design Journal*, 20(sup1), S4509–S4518.
- pedagogikk – Store norske leksikon. (udatert). Hentet 2. juni 2018, fra <https://snl.no/pedagogikk>
- Peng, Q., & Matterns, J.-B. (2016). Enhancing User Experience Design with an Integrated Storytelling Method. I *Design, User Experience, and Usability: Design Thinking and Methods* (s. 114–123). Springer International Publishing.
- Phillips, D. C. (1997). Telling the truth about stories. *Teaching and Teacher Education*, 13(1), 101–109.
- Quesenbery, W., & Brooks, K. (2010). *Storytelling for User Experience: Crafting Stories for Better Design*. Rosenfeld Media.
- Ricoeur, P. (1984). *Time and Narrative*, vol. 1, trans. K. McLaughlin, D. Pellauer, Chicago--London.

Bibliografi

Social Research Methods - Knowledge Base - Deduction & Induction. (udatert). Hentet 2. juni 2018, fra <https://socialresearchmethods.net/kb/dedind.php>

sosialantropologi – Store norske leksikon. (udatert). Hentet 2. juni 2018, fra <https://snl.no/sosialantropologi>

sosiologi – Store norske leksikon. (udatert). Hentet 2. juni 2018, fra <https://snl.no/sosiologi>

Tjora, A. (2018).

Ursin, M. (2018).

Vannini, A. (2009). Stories and Storytelling. I S. W. Littlejohn & K. A. Foss (Red.), *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE.

Wende, E., & King, G. (2015). Exploring Storytelling for Relationship Building in Offshore Outsourced Projects: An Action Research Investigation. I 2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences (s. 412–421).

Wigum, K. (2018).

Witell, L., Snyder, H., Gustafsson, A., Fombelle, P., & Kristensson, P. (2016). Defining service innovation: A review and synthesis. *Journal of business research*, 69(8), 2863–2872.

Zomerdiijk, L. G., & Voss, C. A. (2009). Service Design for Experience-Centric Services. *Journal of Service Research*, 13(1), 67–82.

Vedlegg

Vedlegg

Vedlegg A - Intervjumaler forskere og designere

Intervjumaler

Introduksjon til intervjuet

Min masteroppgave omhandler hvordan designere benytter seg av historier for å kommunisere og å skape forståelse. Jeg retter i utgangspunktet fokus mot innsiktsskapende arbeid, men er også interessert i andre tanker eller perspektiver.

Målet med intervjuene er å samle forskjellige perspektiver på hvordan historier og historiefortelling kan være verdifulle i designpraksis. Jeg ønsker å forsøke å forstå hvordan og hvorfor forskjellige designere benytter seg av historiefortelling.

For å ha alt på det rene har jeg printet ut et samtykkeskjema som jeg lurer på om du vil ta en kikk på og signere om du synes det ser greit ut.

Som du ser, så håper jeg det er greit for deg at jeg tar opp lyd fra denne samtalen. Lyden vil kun brukes til å bearbeide innholdet, det er kun et verktøy for meg, så jeg ikke trenger å fokusere på å ta notater mens vi prater.

Intervjumal for forskere

Hva er historiefortelling for deg?

Hva definerer en verdifull historie for deg?

Historier sammenlignet med andre former for kvalitative data?

Kan du fortelle en historie om en gang du fikk nytte av historier i ditt arbeid?

Har du noen tanker om eller erfaringer med å behandle narrative data?

Hvordan mener du at man på best mulig måte får verdifulle historier fra en person?

Hvordan kan man bli god på å drive narrativ forskning?

Hva er det vanskeligste med å arbeide med historier?

Intervjumal for designere

Hva er historiefortelling for deg som designer?

Hvordan bruker du historiefortelling i din designpraksis?

Hva definerer en verdifull historie for deg?

I hvilke designaktiviteter tror du historier er mest verdifulle?

Kan du fortelle en historie om en gang du fikk nytte av historier i ditt arbeid?

Hva er det mest utfordrende med å bruke historier i design?

Vedlegg B - Samtykkeskjema for intervju

Informasjon om og samtykke til deltakelse for prosjektet

Historiefortelling i Design

Bakgrunn og formål

Prosjektet er del av en masteroppgave som skrives av Aurora Nicolaisen Brun ved Institutt for Design, NTNU. Hensikten med prosjektet er å utforske hvordan historiefortelling kan brukes i designpraksis. Dette undersøkes blant annet ved å samle perspektiver og erfaringer både fra praktiserende designere og andre fagfelt.

Om studien

Studien består av semistrukturerte intervjuer. Intervjuene vil omhandle dine erfaringer med og refleksjoner rundt bruk av historier, historiefortelling og narrativer i ditt arbeid. Data samles via notater og lydopptak. Lydopptak fra samtalen vil kun benyttes for å analysere innholdet.

Om informasjonen du gir fra deg

Innholdet fra intervjuet vil kunne publiseres i studentens masteroppgave. All personinformasjon fra studien vil bli behandlet konfidensielt, dersom ikke annet er avtalt. Dersom innhold kobles til personinformasjon, som navn eller stilling, vil direkte sitater fra intervjuet sendes til deg for sitatsjekk.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i undersøkelsen og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi grunn.

Dersom du har noen spørsmål om undersøkelsen kontakt
Aurora Nicolaisen Brun, aurorabrun@gmail.com, tlf: 45486553

Jeg har mottatt informasjon om undersøkelsen og samtykker til å delta:

Dato/Sted

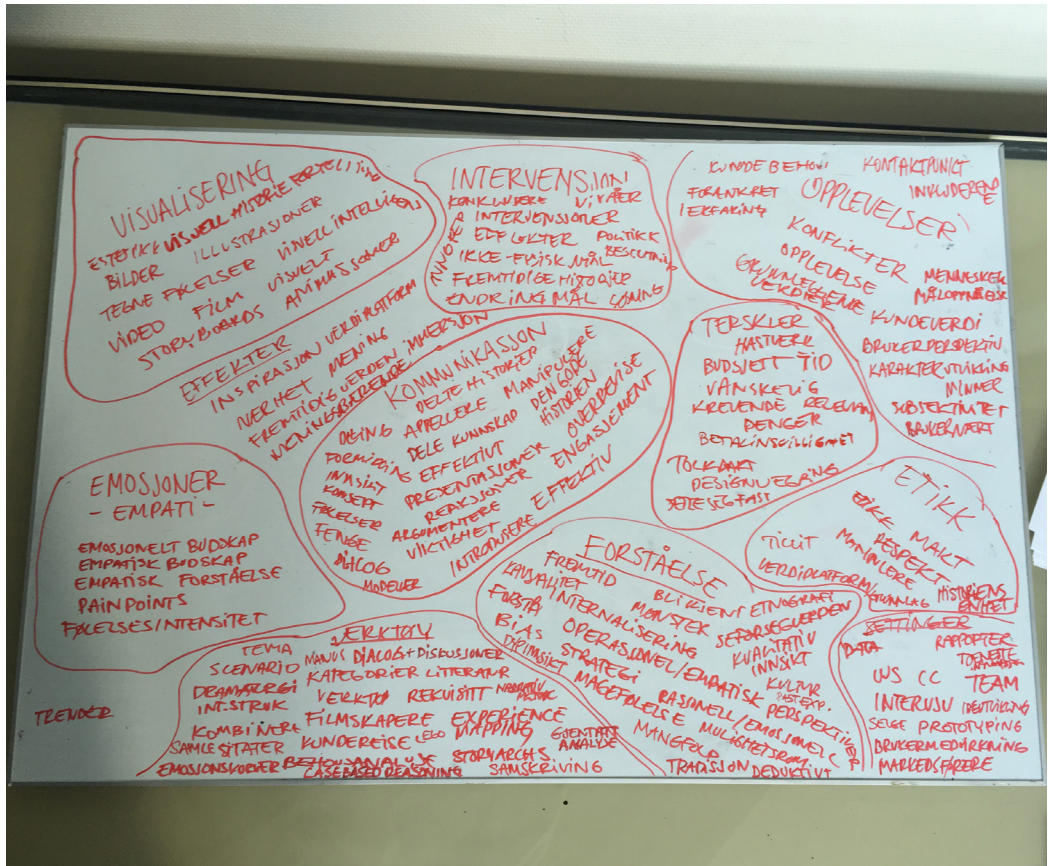
Signatur

Vedlegg

Vedlegg C - Koder fra intervjuer med designere

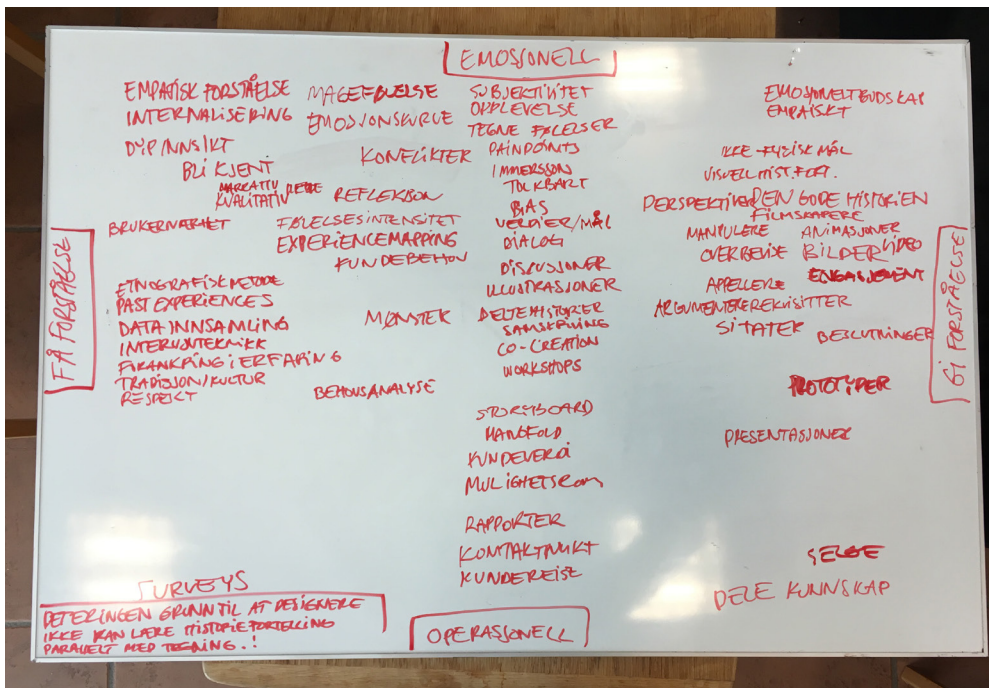
Bilder	Formidling	Appellere	Kvalitativ metode
Dele kunnskap	Innsiktsformidling	Betalingsvillighet	Bli kjent
Den gode historien	Historiefroteller	Effekt	Løsning
Effektivt	Konseptformidling	Forankret i erfaring	Intervjuteknikk
Emosjonelt budskap	Argumentere	Ikke-fysisk mål	Etnografisk metode
Empatisk budskap	Rasjonell	Kategorier	Tillit
Empatisk forståelse	Emosjonell	Litteratur	Co-Creation
Filmskapere	Visuelt	Manipulere	Inkluderende
Illustrasjoner	Video	Markedsførere	Hvordan
Internalisering	Prosjektteam	Mønster	Analyse
Konflikt	Forstå	Overbevis	Historiens enhet
Konflikter	Effektiv forklaring	Perspektiver	Meningsbærende
Kontaktpunkt	Kundeverdi	Relevans	Workshop
Makt	Intervjuer	Respekt	Rapporter
Opplevelse	Dybdeintervjuer	Tradisjon	Dialog
Opplevelse	Intervjustruktur	Politikk	Minner
Past experiences	Dramaturgi	Materialets sjulte historie	Deling
Rekvisitt	Kundereise	Fremtidige historier	Casebased Reasoning
Tegne følelser	Forståelse	Brukermedvirkning	Diskusjoner
Verkøy	Grunnleggende verdier	Verdiplattform	Datasamlin
Visuell intelligens	Bias	Workshop	Subjektivitet
Intervensjoner	Kombinere	Deling	Kvalitativ designer
Experience mapping	Bilder	Brukerperspektiv	Etikk
Kundereise	Storyboards	Nærhet	Penger
Painpoints	Vanskelig	Samskriving	Brukernært
Følelsesintensitet	Kundereiser	Mening	Dyp innsikt
Storyarchs	Kvalitativ innsikt	Endring	Kombinere
Presentasjoner	Krevende	Argumentere	Gjentatt analyse
Workshops	Formidle	Delte historier	Refleksjon
Co-Creation	Surveys	Kultur	Subjektivitet
Overbevis	Magefølelse	Fengende ideer	Kommuniserer
Etikk	Sitatier	Tema	Visuell historiefortelling
Effekter	Animasjonsvideoer	Samle	Tolkbart
Behovsanalyse	Penger	Deduktivt	Narrativ metode
Menneskelig måloppnåelse	Formidle følelser	Tjenesteinnovasjon	Samskriving
Estetikk	workshop	Engasjement	Ansvarsfraskrivelse
Empatiske forståelser	Mulighetsrom	Viktighet	Alle nivåer
Operasjonelle forståelser	Inspirasjon	Prototyping	Konkludere for fort
Video	Trender	Visualiseringer	Designvegring
Intervjuobjekter	Kundebehov	Mangfold	Sette seg fast
Film	Dårlig tid	Emosjonskurver	Lego
Overbeise	Følelsesintensitet	Strategi	

Vedlegg D - Manuell kodesortering



Vedlegg

Vedlegg E - Differensial av koder



Vedlegg F - Digital kodesortering

Tema	Inkluderte koder	Tema fra manuell	Beskrivelse
Mulighetsrom og fantasi	Ideutvikling, inspirasjon og mulighetsrom. og perspektiver. Immersjon Fremtid og strategi.	Effekter	Å kunne se for seg en mulig som er ulik den man lever i. Å se og lokalisere mulighetsrom for intervensjoner.
Mål, endring og fremtid	Ikke-fysisk mål, effekter, Karakterutvikling, endring og kausalitet. Menneskelig måloppnåelse, mening	Intervensjoner	Å bruke historier til å se for seg hvor man vil komme med en design intervensjon. Hva er soria moria?
Kvalitativ innsikt	Kategorier, tema og mønster, kombinere innsikt med litteratur, kvalitativ designinnsikt og forankring i erfaring. Datasamling og intervjuer, Induktiv og deduktiv. Operasjonelle, rasjonelle forståelser. Bias, subjektivitet og tolkbarhet	Opplevelser	Generelt å bruke historier som innsiktsmateriale
Verdigrunnlag og samfund	Verdigrunnlag og. Bli kjent, tillit, tradisjon, kultur og respekt. Inkludering, mangfold	Opplevelser/Forståelse	Å forstå og benytte seg av mer enn enkeltpersoners opplevelser. Å forstå generelle verdier, tradisjoner og mangfold i samfund og kulturer og å benytte seg av denne forståelsen.
Intervensjoner	løsninger, intervensjoner, beslutninger og å konkludere for fort. Designvegring og å sette seg fast	Intervensjoner	Å bruke historier drivende som løsningsorienterende verktøy
Empati og internalisering	Empatisk og emosjonell forståelse og kommunikasjon og magesfølelsen. og internalisering og forståelse. Kundebehov, -reise og -verdi. Opplevelser og konflikter, Brukernærhet og -perspektiv	Empati/Forståelse	Å få empatisk forståelse for enkeltmenneskene i brukergruppen.
Samskriving	Samskriving, team, co-creation og workshops. Dele kunnskap og historier. Dialog, Diskusjoner og Refleksjon. brukermedvirkning	Kommunikasjon	Å sammen skrive historien om hvordan ting er eller hvordan de kan bli.
Overbevisning og kommunikasjon	Appellere, argumentere, formidle og overbevise og selge. Presentasjoner, sitater. og Rapporter. Fengende, engasjerende og effektiv kommunikasjon	Kommunikasjon	Å kommunisere empatisk forståelse for enkeltmenneskene i brukergruppen.
Visualisering, verktøy og Den gode historien	Bilder, video, animasjoner, rekvisitter, visualiseringer og visuell historiefortelling. Scenario, Storyboards, Den gode historien, filmskapere, story archs og dramaturgi	Visualisering/Verktøy	Verktøy
Begrensninger	Begrensninger, budsjett og tid	Terskeler	Begrensninger
Etikk	Makt, manipulasjon og etikk	Etikk	Etikk

Vedlegg G - Samtykkeskjema for Gruppesamtaler

Informasjon om og samtykke til deltakelse i prosjektet

Historiefortelling i Design

Bakgrunn og formål

Prosjektet er del av en masteroppgave som skrives av Aurora Nicolaisen Brun ved Institutt for Design, NTNU. Hensikten med prosjektet er å utforske hvordan historiefortelling kan brukes i designpraksis. Dette undersøkes blant annet gjennom et historiedrevet designprosjekt.

Om studien

Studien består av gruppesamtaler. Samtalene vil omhandle dine erfaringer med og refleksjoner rundt betaling i butikk, å betale for andre og å hjelpe eller få hjelp av fremmede personer. Data samles via notater og lydopptak. Lydopptak fra samtalen vil kun benyttes for å analysere innholdet.

Om informasjonen du gir fra deg

Innholdet fra samtalen vil kunne publiseres i studentens masteroppgave. All personinformasjon fra studien vil bli behandlet konfidensielt, dersom ikke annet er avtalt. Dersom innhold kobles til personinformasjon, som navn eller stilling, vil direkte sitater fra intervjuet sendes til deg for sitatsjekk.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i undersøkelsen og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi grunn.

Dersom du har noen spørsmål om undersøkelsen kontakt
Aurora Nicolaisen Brun, aurorabrun@gmail.com, tlf: 45486553

Jeg har mottatt informasjon om undersøkelsen og samtykker til å delta:

Dato/Sted

Signatur

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 1/11

Vippse

Jeg og ev venninne hadde vært og handla mat fordi vi skulle spise sammen og så ble kortet mitt avvist, og så sa hun "jeg tar det og så vippser du meg".

Kantina

Det skjedde med meg i kantina. Jeg trodde jeg hadde med meg kortet mitt, men så lå det igjen på pulten. Så skulle jeg kjøpe meg lunsj og tilfeldigvis var en kompis der og stod bak meg og da sa han sånn "Jeg bare tar det liksom". Og da er det liksom greit, for det er en person jeg vet at jeg kommer til å gi penger tilbake til med en gang. Vi kjenner hverandre og sånt.

Diskusjon med meg selv

Hvis jeg stå bak noen og innser at de ikke har penger og så blir jeg stående i sånn en diskusjon med meg selv om "jeg skal betale, skal jeg ikke betale" og så blir jeg for treig. Usikkerheten stopper meg, jeg har lyst til å være en person som kan tilby meg, men gjør man egentlig sånt? Hvordan vil den andre personen reagere? Og så blir man bare stående der.

Tvunget

Jeg har opplevd å være i en situasjon da jeg hadde vært og handla på Rema, og utenfor der så sitter det alltid en tigger. Hun bare kom bort til meg sånn "du skal kjøpe noe for meg", tok meg med inn i butikken, fant en flaske, gav den til meg og bare sånn "betal for meg". Og det var skikkelig rart å liksom bli tvunget til å betale for noen, for da stod jeg der og kunne ikke gjøre noe annet enn å betale den og gi den til henne. Jeg tror hun i utgangspunktet spurte meg "kan jeg få penger" og så sa jeg "nei, sorry jeg har ikke cash", og så bare "greit, da går vi inn og finner den flaska". Da hadde jeg liksom vært inne og handla mine ting og var på vei til å gå. Etterpå var jeg litt sånn "what the fuck happened now" og så bare "snille meg, jeg gjør verden til et bedre sted". Og han i kassa gav meg creds, det var jo en litt god følelse, selv om jeg vil jo liksom ikke at noen skal komme og kreve noe av meg.

Går opp med kortet

Det jeg har opplevd mange ganger er at jeg har studenter eller litt yngre folk foran meg som ikke vet har hvor mye de har på kortet sitt og så må kassøren liksom ta bort en ting og så en ting til til det liksom går opp med kortet.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 2/11

Allergitabletter

Det minner meg om den shamen da jeg skulle betale for allergitabletter. Det koster liksom 28 kroner på resept og kortet ble avvist og jeg bare øøh. Og heldigvis var det ikke noe kø, men da brukte jeg sikkert fem minutter på å komme meg inn i nettbanken for den fikk ikke kontakt med mobilen, mens jeg stod der og stressa så jævlig. Og da var jeg veldig glad for at det ikke var noe kø og da får man den der “er det kø? Er det kø rundt meg?”

Saldoen

Jeg er så redd for å havne i den situasjonen at jeg ikke kan betale at jeg før jeg stiller meg i kø må sjekke hvor mye jeg har på saldoen.

Pappa

Hvis man er på butikken med pappa og så skal han kjøpe noen ting og så skal jeg kjøpe meg noen greier selvl. Og så skal jeg til å betale og han bare dytter meg unna. Venter til han kommer i kassa, han skal jo ha litt glory.

Angst

For ikke så lenge siden, så hadde jeg trent på morgenen og så skulle jeg til skolen og så hadde jeg bestemt meg for å gå, bevisst ikke ta bussen for jeg hadde kalkulert at jeg rekker akkurat å gå. Og så litt ut på veien så kommer det en dame og stopper meg, “kan du følge meg, jeg har angst”. Så tar hun meg under armen og så holdt jeg henne litt hardt og så går vi midt i veien, og så kommer det en bil bak oss og hun bare “nei, han får bare vente” og så går vi midt i veien. Jeg fulgte henne et stykke og så klarte hun seg etter det.

Bussholdeplassen

Jeg stod og venta på bussen på vei til skolen, og så stod jeg unner tak fordi det striregnet og så når jeg stod der så var det en jente til som satt inni der og gråt og så etter en stund tenkte jeg “jeg må gå bort og spørre hva det er”. Og da hadde hun sittet på bussen og fått panikkanfall og hun hadde aldri opplevd det før, så da hadde hun gått av bussen. Og da måtte jeg ringe og snakke med moren hennes og få henne til å komme og hente henne og så måtte jeg snakke med henne om angst og sånn, siden jeg selv hadde opplevd en sånn angstsituasjon. Da følte jeg at jeg hjalp henne litt ved å snakke med henne og roe henne ned og så var jeg der til moren kom. Det følte veldig godt etterpå, selv om jeg missa forelesninga.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 3/11

Fotomuligheter

For et par uker siden, på Elgseterbrua, så kom det en dame, en nordlending, og spør meg om jeg visste om det skulle være en bru hvor folk tar masse sånne fine bilder og om jeg visste hvor denne brua var. Så gav jeg henne retningen til Gamle Bybro langs Marinen, så tenkte jeg at hvis hun går den veien, så er det også mye gode fotomuligheter på veien dit. Så da gikk jeg den dagen og tenkte sånn “åh jeg håper hun fant frem”.

Flørtemeldinger

Jeg også ble stoppet av en dame en gang, hun trengte retning til den kirka som er ved den rundkjøringa. Så jeg fortalte henne veien dit. Og så trengte hun også hjelp til noe. Hun drev tydeligvis å flørta med en kar og skrev meldinger til ham på engelsk på telefonen sin, men så var hun ikke så god i engelsk da, hun var utenlandsk, så jeg endte opp med å bli stående og tekste med han fyren på engelsk det hun sa til meg at jeg skulle skrive. Jeg bare “åh, så romantisk, jeg får lov til å være med på det her”. De skulle møtes på den kirka neste gang det var gudstjeneste.

Ufrivillig hjelp

Av og til føler jeg at jeg får ufrivillig hjelp. Da jeg var i Sydney, med en gang jeg stoppet opp og så på et sånn byskilt som er på typisk bussholdeplasser, så kom noen bort, og sa sånn “Hvor skal dere hen? Trenger dere hjelp?” Og jeg bare eeh. Det husker jeg vi ble spurt om og han var jo veldig hyggelig da. Men jeg vil ikke interagere.

Nepal

Da vi var i Nepal, så bodde vi en natt på litt fint hotell, og da hadde vi hver vår ryggsekk, det var alt vi hadde så det var ikke noe stress for oss å bære det, men da skulle de på død og liv bære bagasjen vår og vi bare “nei, nei, nei” og synes litt synd på dem som måtte bære og da merket jeg at det var nesten ubehagelig å ta imot hjelp. For vi skal liksom gjøre ting sjøl.

Dubai

Da vi i Dubai, så var det sånn “vi tar med bagasjen, du finner den på rommet” og da får jeg den litt norske sånn det der, man blir litt mistenksom, “må jeg tipse deg nå?”. Det er jeg ikke interessert i, den der “hva slags tjenester forventer du av meg nå?”

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 4/11

Lillehammer-Gjøvik

Jeg skulle ta bussen til kjæresten min som bodde på Gjøvik og jeg bodde på Lillehammer, så jeg løp mot busstoppet og så kom den ikke, eller den kjørte forbi, og dette var det en fyr i en bil som observerte, så han stoppet og tilbød meg å sitte på til Gjøvik, for han skulle også til Gjøvik. Og jeg var sikkert sånn 16 år eller noe, og jeg bare "ja, ja!" Og etterpå har jeg tenkt at det burde jeg ikke ha gjort, man skal jo aldri sette seg inn i en bil alene som 16 åring og jente. Men det gikk kjempefint, det var kjempekoselig, han slapp meg av der jeg skulle og han hadde med seg hund. Men da også ble jeg med en gang supermistenksom, med en gang jeg hadde satt meg inn i bilen, så tenkte jeg sånn "æh, det var litt dumt". Men jeg hadde så lyst til å besøke kjæresten min.

Rullestol

Jeg hjalp en fyr som tar rullestol på bussen til Gløshaugen, han skulle av for en stund siden og så var det veldig tydelig at han skulle av og alle bare rushet av bussen og ingen kastet et blikk på ham og så tenkte jeg bare "fy fan" og så stilte jeg meg oppå den dere luka og bare kikket stygt og tok tak i hanken og folk begynte å gå oppå liksom og jeg bare "han skal av, et lite øyeblikk". Da følte jeg at jeg hadde gjort en god gjerning den dagen der.

Hotellrepsjonen

Noen ganger står jeg fast i byen uten busskort og ingen batteri på telefonen min og så går jeg inn på et hotell bruker telefonen deres til å ringe mamma for å spørre om hun kan hjelpe meg i stedet for å spørre en fremmed om hjelp.

Overgangsperiode

Det husker jeg også var en greie da det var fysiske billetter på bussen med overgangsperiode, hvis man var i en skikkelig knipe, typisk femten år, så spør du noen av dem som går av bussen, da kjenner man jo på skammen da. "Har du billetten din? Skal du bruke den videre? Kan jeg få overgangen?" Men folk ble sure, det bare "mmm ja, ok". Andre var sånn "Ja ok" og noen sa til og med "Er det noen som vil ha billetten?" Det var jo litt skam å spørre, for det er jo tricking the system.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 5/11

London

I London er det så mange som er det bare for at du skal spørre spørsmål, det er så mye problemer med det automatiske. Så da er det sånn at hvis du bare står det i ett sekund, så er det sånn "Hvor skal du hen?" Og det liker jeg litt, for da er de der på en måte sånn det er ikke en tilfeldig person som kommer bort, de har på seg uniform eller vest, sånn at du ser at de jobber her. De har proffesjonaliteten, det er en del av jobben deres. Det er tillit og du vet at de forventer ikke noe av deg.

Mynter

Jeg har sett noen som ser ut til at de ikke har nok mynter, så tar jeg etter mine egne mynter i tilfelle. Men jeg har aldri kommet til det punktet at jeg har betalt for noen.

Kidsa

Det var to kids, jeg tipper de var syv år, og de hadde femten kroner og skulle kjøpe det meste de kunne kjøpe for de femten kronene. Så var det sånn hvor mye vekt er dette og hvor mye godteri får vi for dette og så hadde de funnet en ting, og når de kom til kassa hadde de regnet feil. Så de manglet fem kroner eller noe, og da fikk de det av meg. Da ble de veldig happy.

Polet

Jeg var på polet og så hadde jeg glemt kortet mitt. Og da var det ti minutter til det skulle stenge og så ble jeg ganske desp, jeg var sånn "jeg må spørre en eller annen fremmed om jeg kan vippse dem". Så det var egentlig planen, at jeg skulle spørre en fremmed, men i det jeg gikk inn for å spørre noen bakerst i køen, så så jeg noen litt lenger fremme som jeg kjente sånn litt. Så da gikk jeg bort til de. Det var i hvertfall noen bekjente. Så jeg spurte dem om jeg kunne vippse dem og det fikk fint.

Ostepopp

I forrige år stod jeg i butikken og kortet mitt funker jævlig dårlig nå. Så jeg stod i butikken, chippen funket ikke, prøvde stripen og da tenkte jeg på tanken på å spørre han som stod bak meg da, om jeg kunne vippse ham for ostepoppen jeg kjøpte.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 6/11

Yoghurtnøtter

En god stund var det den samme gamle blide mannen som satt utenfor rema 1000 og han var alltid veldig smilende og sa hei hver gang, jeg tror ikke han snakket norsk han fikk jeg alltid litt dårlig samvittighet når jeg gikk forbi og han virket så sykt hyggelig. Så det var en gang jeg gikk inn på butikken og så hadde jeg egentlig bare spontankjøpt yoghurtnøtter til meg selv, og så var jeg sånn "du trenger ikke egentlig yoghurtnøtter" og så fant jeg ut av jeg kunne gi dem til ham i stedet for å spise dem selv. Og da ble han veldig glad.

Ikke narkoman

I Oslo, der var tiggerne også mer på da. Det var han ene fyren, mens jeg stod og ventet på toget på Oslo S, som kom bort og var litt sånn "jeg er liksom ikke sånn det narkoman eller sånne ting, så det går fint å gi meg penger. Så jeg bare "hvis du sier så", men han fikk ikke så mye da. Det er ett eller annet med når man får kontakt med dem, så, jeg vet ikke de er jo mennesker de også. Jeg skulle gjerne gitt dem noe, men penger er litt sånn, på en måte er det en bedre følelse å gi dem mat.

McDonalds

En gang i Kristiansand var det en som spurte etter mat, han spurte ikke etter penger. Så kjøpte jeg en meny til ham på McDonalds.

Russeknute

Det var faktisk en russeknute som gikk ut på å kjøpe en Maccern burger og gi den til en tigger og da vi var i oslo og skulle prøve å gjøre dette, så var det faktisk sykt vanskelig å få gitt fra seg den burger'n, de ville liksom ikke ha den. Man prøvde å være litt sånn "vil du ha?" og det var til slutt en dame som sa ja og ble blid, men man skulle prøve en stund.

Fortjente en pils

Jeg gav en pils til en alkoholiker en gang. Er det etisk? Jeg føler at det valget har han tatt for lenge siden. Han satt der på benken liksom, med en tom pils og så ikke så happy ut. Og der satt jeg i parken og grillet og hadde masse pils, da følte jeg at han fortjente en pils.

To menn i sekstiårene

Det var tidlig på morgenen før skolen begynte, da satt det to menn i kanskje sekstiårene og satt og drakk på morgenen. Og jeg begynte å snakke med dem. Og de var så "jeg måtte gå for det jeg likte i livet og bare kjør på og jeg måtte ha det gøy og de lurte på hva jeg studerte og så tok han ene opp en femtilapp og liksom "kjøp deg noe". De var jo bare veldig hyggelige og det så ut som om de kjedet livet av seg.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 7/11

Cuba Libre

Vi traff en fyr som stoppet oss på gata og så sier han "vet dere hva cuba libre betyr?" Og vi bare "eh fri cuba?" Og så tok han opp en flaske rom og en flaske cola rett ved Nokas Bygget i Stavanger. Og så var det sånn "jeg skal vise dere hva cuba libre betyr". Og så var det en fyr som var sølvsmed og så var kona litt irritert på ham, så han fikk ikke lov til å være hjemme. Og så traff han oss og vi så sikkert litt hippieaktige ut. Så ble vi stående og snakke og han lærte oss masse om, han var jo fra Peru tror jeg, han lærte oss masse spill derfra. Og vi drakk opp alt sammen. Midt på dagen.

Krill-krise

Jeg var i byen, jeg skulle noe om en time, så jeg hadde jævlig god tid og spankulerte bortover. Så kommer en dude bort til meg med masse papirer i armen som snakker skikkelig gebrokkent norsk. Som sier noe som "kan du hjelpe meg med de papirer". Jeg skjønner ingenting og konser heftig og plukke ut det han sier. Og så viser det seg at han har rotet seg bort i disse Krill-folkene, de som står på gata og pusher krill-tabletter på folk. Han hadde for noen måneder siden liksom tatt en prøvepakke og nå var han deep i en Krill-krise. Han skyldte helt sjukt mye spenn. Så han hadde en pose med krill-tabletter og så hadde han sånn tre regninger som hadde gått i inkasso og en ny regning og han skjønnte ikke bæret og han ante ikke hvordan man skulle stoppe det. Og var skikkelig stuck og han bare stod midt på gata med disse tingene og prøvde å få hjelp. Så jeg bare "ok, nå skjønner jeg greia" Så jeg skjønnte at han trengte hjelp. Så da gikk vi på kaffebrenneriet. Han spanderte en kaffe på meg, så la jeg alle disse papirene utover bordet og prøvde å skjønne greia og det var helt kaos. Noen var teipet sammen, han hadde revet dem i stykker og teipet dem sammen. Og så fant jeg frem til noen telefonnummer og sånn, det er jævlig vanskelig å få tak i de der krill-folkene. Selskapet som hadde sendt inkasso hadde ikke ansvar. Til slutt så fikk jeg i hvert fall tak i riktig person da. Først en i inkassoselskapet så jeg fikk stoppen inkasso på den siste regningen og så fikk jeg snakket med en i krill-gjengen og fikk forklart at dette var en stakkar som ikke skjønner norsk og han hadde ikke åpnet en eneste pakke, selv ikke dem han hadde fått gratis og at det var hårreisende av dem å liksom, jeg var ganske streng med dem, sa at det går faen ikke an å bruke folk på den måten. Og så la de seg flate da. Og sa ok greit, hvis du sender alle pakkene og alle regningene og alt og skriver ned navnet ditt og alt mulig, så skal vi ordne dette da. Så da skrev jeg ned navnet mitt og så skrev jeg at han kunne kontakte meg hvis det oppstod noen flere problemer. Og så sa jeg at du putter papirene og boksene, gå på posten, kjøp denne pakken og send det til denne adressen, så er det løst. Og han bare "Jaa", ble dritglad da. Det tok en halvtime å fikse det, men det var jævlig gøy.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 8/11

Skate bums

Jeg var på fylla med en tigger en gang. Jeg var i New Zealand, i Wellington. Og så hadde jeg en dag alene før jeg skulle møte noen folk. Så jeg hadde ingenting å gjøre. Og så gikk jeg for å kjøpe noe ett eller annet eller noe sånt. Og så var det en tigger som få litt kult ut da, en skate bums. Som satt på skateboardet sitt på gata og spurte om jeg hadde en sigg da. Og så tok jeg en sigg sammen med ham og så begynte vi å prate litt og sånn og så hadde jeg ikke noe å gjøre, så jeg foreslo at vi skulle dra på fylla. Da bare dro vi på butikken, kjøpte masse vin og møtte masse folk. Også en haug med kjempe kjempe bums. De bodde i okkupanthus. Det var kjempegøy.

Kartløs i LA

Vi var i LA og det er helt jævlig å kjøre rundt i LA, det er så sinnsykt kaos. Og så skulle vi på en restaurant og møte noen folk og da plutselig hadde vi ikke strøm på mobilen og hadde ikke snøring på hvor vi var og dro på en bensinstasjon for å prøve å kjøpe kart. Men de hadde ikke kart og så var det en dude på bensinstasjonen som bar "dere ser lost ut, jeg kan hjelpe dere" og så kjørte han foran oss helt til det stedet.

Hodet i hendene utenfor Sit

Jeg gikk forbi Sit her forleden og da satt det en jente utafor Sit med hodet i hendene og gråt heftig. Og da var jeg sånn "er det weird å gå bort å bare si hei går det bra?" Eller gi henne en klem. Men jeg gjorde det ikke liksom. Jeg vegret meg. Men jeg stoppet opp og var sånn "skal jeg gjøre det?". Men hvorfor gjør man det ikke, det er veldig rart.

Flypersonalet

Nå da jeg tok fly, så var det en som kom gråtende på flyet. Hun gikk foran meg og bare gråt og gråt og jeg følte jeg måtte gjøre noe, men jeg visste ikke hva jeg skulle gjøre. Og så følte jeg liksom "er dette min plass?" Men så var det, det virket som om det var noe i forbindelse til personalet. Jeg tror personalet hadde nektet henne noe, så de begynte å snakke med henne rett da vi kom på flyet. Det er liksom sånn du føler at du burde kunne gjøre ett eller annet.

Kassa vippset

Det var noen som har sittet i kasse og så har noen ikke kunnet betale eller glemt kortet eller noe sånt, og så har den som har vært i kassen sagt at jeg kan legge ut og så kan du vippse meg. Jeg vet ikke hvem jeg har det fra, men det har jeg hørt om.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 9/11

Ark på Brunhjørnet

En som jobber på Trondheim Torg som var på ark på Brunhjørnet og skulle kjøpe en bok eller noe i gave og hadde med seg et kort som hadde gått ut eller noe sånt og fikk da ikke betalt. Men hadde med seg mobilen og hadde mulighet til å vippse. Så hun spurte de som jobbet der om de kunne gjøre det og de sa "Nei dessverre det har vi ikke mulighet til" så hun måtte løpe tilbake til Trondheim Torg og få ordna noen penger der.

Bygdetenking

Når jeg jobbet på matbutikk på plassen der jeg kommer dra, der er det litt sånn bygdetenking da. Der man ofte kjenner alle som er på butikken, så hvis noen har glemt av kortet eller noe sånt, så kunne man sette det opp på en sånn konto og så klistret vi kvitteringen på baksiden av et skap og så neste gang de kom innom betalte de. De skrev under og det stod telefonnummer og vi kunne kontakte dersom den hang der lenge. Men det var en nødløsning som vi hadde. Det var jo ren tillit til dem.

Volleyball

Tidligere i dette semesteret, så var det en som stod foran meg som prata svensk som skulle kjøpe noen dagligvarer og så hadde hun glemt kortet sitt, så jeg fikk foran og så hadde jeg ikke sett på personen og så så jeg på henne og så var det en jeg hadde spilt volleyball med og så jeg bare "nei men hei, var det deg, jeg kan jo legge ut for deg, det er jo null stress". Hun hadde kortet, men det funka ikke. Og så la jeg ut, og etterpå så var hun sånn "Hei kaja, takk for at du la ut, få telefonnummeret ditt så kan jeg vippse deg".

Maxburger

Jeg var på Maxburger eller noe i Stavanger og så skulle jeg ha en burger, og så var jeg sånn "Går det fint med cash?" Og så skulle jeg egentlig ha noen kronestykker tilbake, og så fikk jeg en tjuekroning, i stedet for sånn 14 kroner. Sånn at bedriften taper på det, fordi de har ikke.

Skjøyeløsning

Da jeg satt i kassen gjorde vi sånne ting, og det gikk alltid bra, for det lå alltid noen kronestykker løst på siden som du bare kunne ta ut og legge i kassen, så det gikk liksom greit. Det er en sånn skjøteløsning.

Spandere en øl

Det er bare øl som jeg føler at folk legger ut for. Og da vet du ikke om det blir requestet tilbakebetaling når det er sånn "Jeg kjøper en øl til deg, null stress." Vipps ha jo endra det, det er lettere å be om tilbakebetaling.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 10/11

Hun bare forsvant

Jeg så det på rema en gang, en som, kortet hennes funket ikke og så da bare gikk hun, varene lå på båndet og jeg hadde handla før hanne og stod og pakket sammen varene mine. Og hun bare gikk og hun i kassa bare ropte etter henne "Skal du ikke ha det allikevel?" og hun bare "nei" og bare forsvant. Så hun måtte ringe etter noen andre i kassa og ble litt forfjamset.

Avvist

Jeg tror aldri jeg har opplevd å stå kassa og ikke ha penger til å betale. Eller jeg har opplevd å få det avvist, men så har jeg bare logget inn og overført.

Bare gå foran

Jeg blir sykt glad hvis jeg havner bak en person som skal ha mange varer og bare skal ha en brus og se sier "Bare gå foran". Da blir jeg sånn "ah, tuusen takk!" Det er dritsnilt. Det er jo ikke noe som jeg forventer av noen. Det er sånne små snillheter som koster den personen ingenting.

Kompiser innom

Forrige helg hadde jeg noen kompiser innom hos oss og jeg endte opp med å dra ut det jeg hadde av øl i kjøleskapet og det ble noen runder med shots og det gikk jo da rett fra mine ting. Og da tenkte jeg ikke på etterpå at de må gjøre opp for det. Men vi var ute på byen etterpå og en av gutta kjøpte en øl for meg og da vippset jeg for den ølen med en gang. Det føler jeg det blir et skille på hva jeg har hjemme og når han drar kortet.

Middag med venner

Jeg pleier å spise middag med venner ganske ofte i løpet av uka. Og da pleier jeg ofte å ta med ting jeg har hjemme, sånn krydder eller kanskje egg eller ris, jeg tar med masse greier. Og så er vi på butikken og deler regninga på to, selv om det jeg har med kanskje koster like mye som det vi har handla på butikken. Men det tenker jeg ikke på, for det er jo bare ting. Jeg hadde det jo uansett, jeg skal jo spise det. Ting får en annen verdi etter en viss tid.

Skolisse

Jeg husker en gang jeg var i København og så sykla jeg masse. På vei til skolen var den en jente som liksom lå ved siden av sykkelen sin. Jeg så at hun var fra seg, men jeg skjønnte ikke hva som hadde skjedd. Men så hadde hun klart å surre skolissen sin inn i hjuklet og hadde tryna. Så hun hadde slått seg og prøvde å løsne lissa mens hun lå der med sykkelen over seg. Jeg stoppa, og bare "Hei går det bra?", så jeg hjalp henne med det. Det gikk jo greit.

Vedlegg H - Historier fra gruppesamtaler - Side 11/11

Skuter

Jeg var vitne til en skuter som ble påkjørt bakfra og da slapp jeg jo alt jeg hadde i hendene og løp bort for å hjelpe.

Bussen til Lade

Jeg skulle ta bussen til Lade for å hente noe og så kom det en mann med en sønn og så satt sønnen ved siden av meg og så stod han ved siden av meg. Og så spurte jeg "Vil du sitte her så du kan sitte sammen med sønnen din, så jeg kan stå? Jeg skal bare til City Lade". Og så sa han "Nei nei, jeg skal bare dit jeg også, så bare sitt."

Hun lå midt i veien

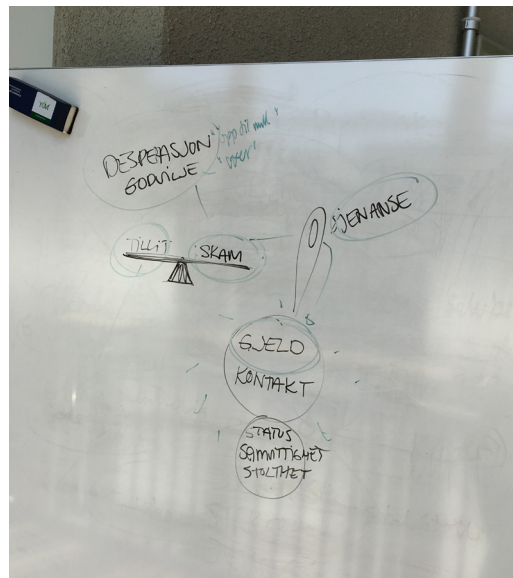
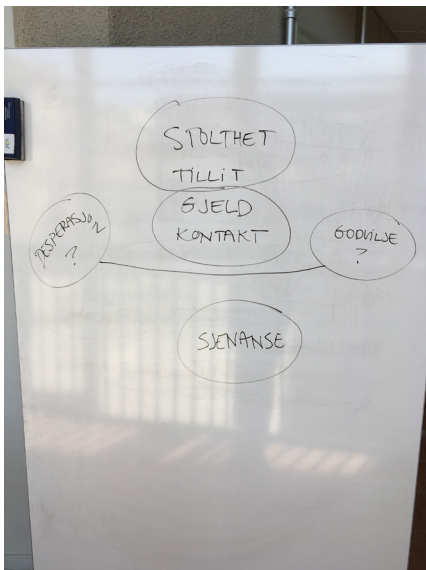
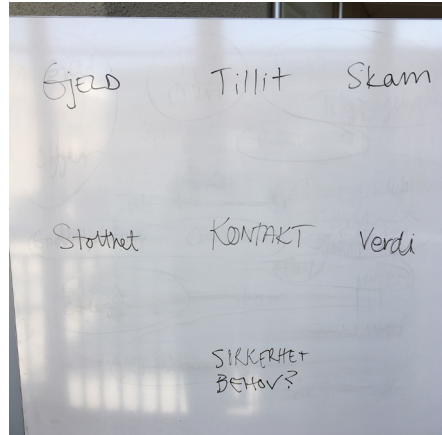
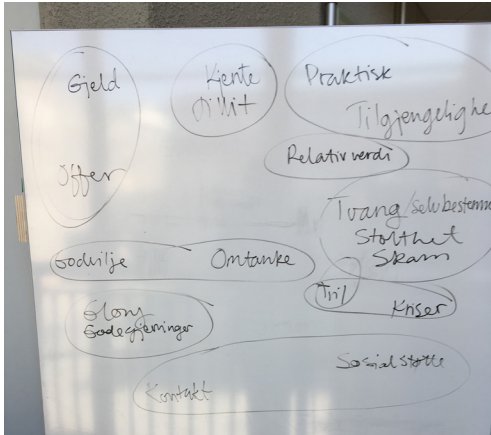
Jeg skulle hjem fra skolen en gang, ganske sent. Jeg gikk over veien og så så jeg to karer som sto ved en bag, det så veldig suspekt ut og jeg var på en måte litt redd. Og så gikk jeg litt bort og så så jeg at det var et menneske som lå der. Jeg bare "Åh, trenger de hjelp? Har de ringt politiet?" og så hadde de visst ringt politiet, men de ville ikke komme. Og så måtte de stikke, så jeg stod der med hun jenta. Ringte politiet igjen, det var en kjenning av politiet, så de ville ikke komme og så var det en bil som stoppet og noen jenter som kom ut og ringte politiet. Og så var det tilfeldigvis en politibil som kjørte forbi og de bare "ja vi vet hvem hun er" og brydde seg fint lite. Det var egentlig ganske fælt å se. Hun lå jo midt i veien.

Ring politiet!

Jeg var i Danmark, og så skulle jeg sykle hjem og det var sent. Og så så jeg noen som løp og så var det to som var lenger fremme og en som spurtet etter og jeg synes det var veldig rart. Så jeg sykla bort og hun bare "Ring politiet!" Og jeg bare "hva skjer?" Og hun fulgte etter dem. Så jeg ringte politiet og bare "Jeg vet ikke hva som har skjedd, men noen ba meg ringe til dere. Kanskje det er noen som har sloss eller blitt rana eller noe" Og prøvde å sykle og følge etter dem og så var det en mann som kom ut av et hus og da hadde jeg jo mistet disse folkene mens jeg snakket med politiet. Han mannen bare "Hva skjer? Jeg hørte det var noe bråk." Og så fikk han min telefon for å snakke med politiet, for de snakket jo dansk. Og så gikk jeg og han her mannen og lette etter disse folkene. For det var jo han mannen som gikk med hetta opp og som jeg antok at hadde gjort noe, men jeg visste ikke hva. Så det var skikkelig weird. Og så gikk vi rundt med lommelykt og lette etter disse personene. Og vi tenkte at de kanskje hadde tatt toget, for det var en togstasjon rett ved siden av.

Vedlegg

Vedlegg I - Analyse av historier fra gruppesamtaler



Vedlegg J - Samtykkeskjema for Samskriving

Informasjon om og samtykke til deltakelse i prosjektet

Historiefortelling i Design

Bakgrunn og formål

Prosjektet er del av en masteroppgave som skrives av Aurora Nicolaisen Brun ved Institutt for Design, NTNU. Hensikten med prosjektet er å utforske hvordan historiefortelling kan brukes i designpraksis. Dette undersøkes blant annet gjennom et historiedrevet designprosjekt.

Om studien

Studien består av en workshop kalt *Samskriving*. Data samles via notater og lydopptak. Lydopptak fra samtalen vil kun benyttes for å analysere innholdet.

Om informasjonen du gir fra deg

Innholdet fra workshopen vil kunne publiseres i studentens masteroppgave. All personinformasjon fra studien vil bli behandlet konfidensielt, dersom ikke annet er avtalt. Dersom innhold kobles til personinformasjon, som navn eller stilling, vil direkte sitater fra intervjuet sendes til deg for sitatsjekk.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i undersøkelsen og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi grunn.

Dersom du har noen spørsmål om undersøkelsen kontakt
Aurora Nicolaisen Brun, aurorabrun@gmail.com, tlf: 45486553

Jeg har mottatt informasjon om undersøkelsen og samtykker til å delta:

Dato/Sted

Signatur

Vedlegg

Vedlegg K - Manus Samskriving

Intro

Om prosjektet og om designprosessen

Målet for workshopen er å skape et forslag til en tjeneste som kan tilfredsstille en målhistorie

Målet for workshopen er å undersøke hvordan det er å ikke bruke kjent workshop-teknikk, men historiedrevne aktiviteter

Jeg har heller aldri gjort dette før og det viktigste er at vi prøver og ser hva som skjer

En historie er i denne situasjonen en beskrivelse som involverer mennesker, en kontekst og som utspiller seg over tid og inneholder en form for kronologi.

Målhistorien

Nå skal jeg fortelle dere en historie som handler om målet for prosjektet. Jeg ønsker at dere når dere hører denne historien prøver å se den for dere. Historien inneholder lite informasjon om kontekst, så bruk fantasien.

Fantasi og forklaring

Nå som dere har hørt målhistorien ønsker jeg at dere skal forsøke å forklare hvordan dette kan ha skjedd. Forsøk å forklare hvordan mannen kan få sendt ut signalet og hvordan kan hun motta det? Hvordan møtes de og hva får de ut av det? Beskriv gjerne også kontekst.

Jeg ønsker at dere forsøker å skrive tre forskjellige forklaringer som kan svare på disse spørsmålene. De trenger ikke være detaljerte og dere kan bruke så mange ord eller illustrasjoner som dere selv ønsker.

Kommunikasjon av forståelse

Gjennom arbeidet med dette prosjektet har jeg lært at det er noen hinder for at folk skal ønske å gi eller ta imot hjelp fra andre. Jeg har også funnet ut at vi hjelper fremmede i to forskjellige situasjoner, den ene er refleksiv - vi ser at hjelp er *nødvendig*, for eksempel hvis noen har skadet seg og ligger på bakken og ikke kan hjelpe seg selv. Den andre er mer reflektert og vi ser at hjelpen ikke er nødvendig, men kan skape små positive forandringer for personen, for eksempel hvis noen trenger hjelp til å få orden på regningene sine eller er alene og bare trenger noen å snakke med. Det er den siste typen situasjoner jeg ønsker at vi jobber mot i dag.

Menneskelig kontakt - det er lettere for oss å hjelpe fremmede hvis vi føler at vi har kontakt med dem. Det er også i seg selv et mål for oss å ha denne kontakten. *Ikke narkoman*

Vi er også redde for å ta kontakt fordi vi er redde for å sjenere noen. *Hodet i hendene*

Mistillit - vi er redde for å havne i gjeldssituasjoner og vi er redde for at personen vi hjelper skal misbruke hjelpen vår. *Dubai*

Skam - det er også flaut å måtte be om hjelp, vi ber heller noen vi kjenner betale for oss på butikken om vi har glemt kortet hjemme og vi er nesten for stolte til å la noen hjelpe oss med å bære bagasjen vår eller

Diskusjon

Hvilke forklaringer har dere kommet på? Hvilke tilfredsstillende forståelsen best?

Er det noen forklaringer som stikker seg ut blant resten som en god forklaring?

Samskriving

Målet nå er å skape en felles forståelse for konteksten og å se for seg konseptforslag som kan møte målhistorien.

