

UTMANA

För att utveckla något nytt och annorlunda behöver vi förstå människors behov. Det förutsätter empati och inlevelseförmåga, vilket kan låta enkelt men kräver träning. Vår förmåga att leva oss in i andra människors vardag är begränsad. Vi utgår ofta från det vi personligen har upplevt och lärt oss. Så hur kan vi förstå den som diskrimineras om vi inte själva upplever diskriminering, eller åtminstone inte upplever diskriminering på exakt samma sätt?

Det är faktiskt möjligt att förstå. Åtminstone tillräckligt mycket för att det ska göra skillnad. Det sker när vi blir medvetna om att vår förförståelse är begränsad och att de privilegier vi lever med och tar för givna inte gäller för alla. För att ett innovationsarbete ska vara möjligt behöver vi vara villiga att utmana vår förförståelse. Våra egna upplevelser är centrala redskap i arbetet, men vi behöver också lyssna på andra människors erfarenheter som skiljer sig från våra egna. Känslor och upplevelser är viktiga resurser för att bättre förstå någon annans situation och behov.

De här metoderna hjälper oss att utmana inlärd tankebanor, värderingar och normer. Både individuellt hos oss själva och i den större gruppen. Genom normkreativ innovation undersöker vi normer och värderingar aktivt, hela vägen till det färdiga resultatet.

BOLLA TILLBAKA FRÅGAN

Tid: 1-2 timmar Antal: 1-10 personer

Ett problem är ofta själva utgångspunkten för utveckling. Men problemet är oftast en konsekvens av en massa annat som inte fungerar som det kanske borde. Därför behöver vi ställa oss frågan: Varför? Inte bara en gång utan flera.

Det här är en praktisk metod som kan användas när vi behöver förstå de bakomliggande orsakerna till ett problem. Både i interna diskussioner och i möte med användare och uppdragsgivare.

○ Ta reda på vad som behöver åtgärdas genom att ställa frågan: Vad är problemet?

○ Fördjupa också er förståelse ytterligare genom att besvara frågorna: Vem har problemet? Varför dem? Varför där?

○ Diskutera vad som uppfattas som problemet och gör därefter en första konkret problemformulering. Till exempel: Problemet är att vi fastnar i gamla hjulspår och gör som vi alltid gjort.

○ Ställ er nu frågan: Varför fastnar vi i gamla hjulspår? Besvara frågan, exempelvis: Jo, för att vi inte har nya idéer.

○ Ställ frågan igen utifrån den nya insikten: Varför har vi inte nya idéer? Svar: För att vi inte testat att göra nya saker eller saker på nya sätt.

○ Upprepa frågan "varför?" tills det upplevs genomarbetat och belyst från olika perspektiv.

TIPS! Ta gärna stöd av ♠-sviten för att fördjupa diskussioner.

SPEGLA SIG I BILD

Tid: ca 3 timmar Antal: 1-10 personer

De bilder vi använder i verksamheten är vårt ansikte utåt. De berättar för andra om vilka vi är, eller åtminstone vilka vi vill vara. De kan också användas för att forma verksamheten, både internt och externt, genom att illustrera hur vi vill uppfattas.

Den här metoden går ut på att förstå hur verksamhetens värderingar och normer uttrycks genom bilder i kommunikationsmaterial.

- Välj ut kommunikationsmaterial som är typiskt för verksamheten. Det kan vara säljbroschyrer, intern-tidningar, websidor eller liknande material med bilder.

- Börja granska en bild i taget. Fråga er vem bilden vänder sig till: Vem syns i bilden och vem syns inte? Vad signalerar kroppsspråket? Vad ger bilden för signaler om verksamheten? Vem gör vad på bilderna?

- Överblicka och granska helheten. Fråga er vilka mönster som återfinns och vad det ger för signaler om hela verksamheten.

- Diskutera om materialet ger en rättvis bild av verksamheten som den är idag. Diskutera också om det är den bilden som verksamheten har som mål att kommunicera ur ett normkritiskt perspektiv.

TIPS! Ta gärna stöd av normkortet ♠2-3 och ♠12 för fördjupning. Komplettera gärna med metoderna Skruva till, Fånga blicken och Läsa mellan raderna.

TYCKA TILL OCH SMAKA AV

Tid: ca 3 timmar Antal: 2-20 personer

Ska normkreativa innovationer utvecklas räcker det inte med att välja bort idéer bara för att de upplevs som fina eller fula, bra eller dåliga. Vi behöver först reda ut orsaken till varför vi tycker som vi gör. Våra värderingar ligger till grund för vårt omdöme och våra föreställningar om till exempel kön och status kommer till uttryck i de estetiska val vi gör.

Den här metoden fungerar som stöd för att undersöka bakomliggande orsaker till varför vi uppskattar vissa uttryck och inte andra.

- Bestäm vilket perspektiv – antingen föreställningar om rådande normer i samhället eller verksamhetens värderingar.
- Välj en specifik produktkategori. Till exempel koppar eller något annat jämförbart.
- Välj flera ur samma produktkategori med varierande stiluttryck eller prisklasser.
- Skriv ut bilder på produkterna.
- Rita upp fyra punkter i ett koordinatsystem stort på en whiteboardtavla eller ett stort papper. Y-axelns [+] och [-] poler anger hög och låg status. Rita X-axelns punkter. Börja gärna med symbolerna (maskulin) och (feminin). Variera gärna med andra traditionella motsatspar.
- Markera mittpunkten i koordinatsystemet. Den är neutral.
- Placera ut en bild i taget. Diskutera samtidigt varför bilden hamnar där den hamnar.
- Gå in på detaljnivå utifrån färg, namn, typsnitt eller storlek.
- Undersök sedan helheten och försök tyda mönster.

TIPS! Använd gärna ♦-sviten. Ta stöd av taktikerna
Kompletera gärna med metoden Ge tanken kropp.

TA STÄLLNING

Tid: 3-4 timmar Antal: 5-20 personer

Att tycka lika är inte nödvändigtvis något positivt. Olikheter kan bland annat användas för att exponera värderingar som sällan uttalas.

Den här metoden fungerar som stöd för att diskutera attityder och värderingar i en grupp.

- Välj ett stort rum där det är möjligt att gå runt.

- Förbered ett påstående och fyra svarsalternativ. Till exempel:

När det gäller kläder på vår arbetsplats så är normen att...

... alla får klä sig hur de vill utan att någon bryr sig.

... det är viktigt att följa en viss typ av klädkod, även om det är outtalat.

... mottagandet blir positivt om någon har på sig riktigt färgsprakande byxor.

... (valfritt alternativ - öppet hörn).

- Kontrollera att svarsalternativen inte blir utelämnande för någon, eller var beredd på att stödja den

som riskerar att bli ensam med ett svarsalternativ.

- Inled övningen med att tala om att alla får tolka fritt och att en får ändra sig när som helst.

- Presentera alla påståenden, representerade av rummets fyra hörn.

- Låt alla ställa sig i det hörn de upplever bäst stämmer med deras egna värderingar.

- Be alla förklara varför de ställt sig där. Ge utrymme för alla att berätta sin ståndpunkt. Tänk på att värderingsövningar behöver följas av en ordentlig reflektion samt ledas av någon som är kunnig.

TIPS! Komplettera gärna med metoderna Kliva fram och Fatta poängen.

GE TANKEN KROPP

Tid: ca 3 timmar Antal: 3-25 personer

Även om alla produkter, miljöer och varumärken förmedlar värden genom färger och former är det vi som tolkar, utifrån våra värderingar. I den här metoden tecknas karaktärer fram som ska efterlikna människor. Estetiska uttryck förkroppsligas. Den hjälper oss att förstå hur föreställningar om till exempel människors kön eller könsuttryck sammanvävs med färg och form.

Den här metoden är utvecklad för att synliggöra våra värderingar genom att länka samman estetiska uttryck med fiktiva karaktärer.

○ Välj vad ni ska utgå från. Det handlar inte om vem som använder produkten.

Tänk istället så här: Om den här kaffekoppen vore en livslevande person – Vem vore den då?

○ Välj flera varianter av samma produktkategori eller annat jämförbart, exempelvis koppar. Etablera ett samtalsklimat som utgår ifrån att allt som pratas om finns representerat i rummet.

○ Dela upp er i grupper om minst tre personer.

○ Fördela det ni valt mellan grupperna.

○ Beskriv det ni valt som en livslevande person med

ålder, politiska värderingar, kön, sexuell läggning, klass, yrke, migrationsbakgrund, kläder, namn, boendesituation, vänner etc.

○ Illustrera karaktärerna på A3-ark. Rita eller gör bildmontage.

○ Presentera för varandra.

○ Diskutera och jämför under ledning av en normkunnig övningsledare. Problematiska stereotyperna genom att ställa frågor till varandra som: Varför är den här produkten överklass? Varför associeras varumärket till ung ålder? Vilka diskriminerande föreställningar återskapas?

TIPS! Utgå gärna från ♦-sviten. Komplettera med metoden Tycka till och smaka av för att ytterligare synliggöra hur estetik och makthierarkier sammanvävs.

DRA SIG TILL MINNES

Tid: ca 3 timmar Antal: 2-7 personer

Att minnas specifika situationer och att dela med sig av dem till andra ger oss perspektiv på vad vi vet, vad vi tar för givet och vad vi tror att vi vet. När vi delar med oss av erfarenheter kan andra också påtala att det vi uppfattat som det "normala" inte alltid är rimligt.

Den här metoden fungerar som stöd för att utveckla förståelse för hur erfarenheter formar de beslut vi tar.

- Bestäm ett känslotema tillsammans (exempelvis ilska, stolthet, hopp).
- Skriv ner ett minne om en specifik situation som har hänt och som framkallat känslan. Det kan vara från idag eller för länge sedan. Avsätt 30 minuter för att skriva ner händelsen. Gör detta individuellt och i första person (vad jag upplevde). Återge först i detalj var det skedde, sedan hur det kändes, vad som hände och vad som sades.

- Skriv igen, men nu som om du vore en annan person. Föreställ dig att du har en annan hudfärg, hårfärg och ögonfärg, könidentitet eller ålder. Avsätt tid för att sätta dig in i dennes perspektiv.
- Läs sedan texterna tillsammans.
- Diskutera vilka situationer som har beskrivits, vilka perioder i livet som beskrivits, vad som inte skrivits om och vad som gör berättelserna trovärdiga eller inte.

TIPS! Komplettera gärna med metoden Kliva fram.

KLIVA FRAM

Tid: ca 1 timme Antal: 10-20 personer

Våra möjligheter och begränsningar i livet varierar mycket beroende på till exempel vår hudfärg, kön och funktionsförmåga.

Den här metoden hjälper oss att få syn på de fördelar som vi automatiskt får när vi uppfyller en norm. Men också de nackdelar som följs av att vi på olika sätt bryter mot eller inte passar in i normen. Metoden beskrivs detaljerat i boken BRYT! (se Förslag på fördjupning i Guide). Det här är en kort sammanfattning.

- Utgå från rollkorten i BRYT!, och/eller sök efter "privilege walk" på Internet för inspiration och exempel.

- Dela ut rollkorten till var och en. Studera korten i hemlighet. Det kan stå: Du är en tjugooftårig samisk tjej. Du jobbar på kontor och sitter i rullstol.

- Övningsledaren ber alla att ställa sig på en linje i rummet. Därefter läser ledaren upp ett påstående i taget, till exempel: Jag är inte rädd för att stoppas

av polisen. Varje gång ett påstående stämmer in på en deltagares roll tar den ett steg framåt.

- Stanna kvar på de platser ni hamnat när alla påståenden lästs upp.

- Stå kvar och diskutera varför ni hamnade just där och hur det känns? Ge diskussionen mycket tid och stöd. Tänk på att värderingsövningar behöver följas av en ordentlig reflektion samt bör ledas av någon som är normkunnig.

TIPS! Komplettera gärna med metoderna
Ta ställning och Fatta poängen.

PROVOTYPA

Tid: Flera dagar Antal: > 10 personer

I början av ett projekt är det viktigt att uppmärksamma det underförstådda, outtalade eller dolda, oavsett gruppens sammansättning. En provotyp ser ut som något välbekant, till exempel en stol eller en lampa, men i interaktionen eller användningen med den händer något överraskande som får användaren att reagera och börja reflektera.

Den här metoden utmanar förförståelser, skapar gemensamma insikter och öppnar upp för nya tankebanor i projektgruppen, innan förslag på lösningar utformas.

○ Inled med intervjuer som identifierar vad som är problematiskt och dolt, till exempel i organisationen eller projektgruppen. Intervjuerna görs lämpligast av någon utifrån, till exempel en etnolog eller designer.

○ Skapa provotypen. Om du är osäker på vad en provotyp är så sök gärna på "provotype" på Internet för att få uppslag. Ta hjälp av en designer eller

konstnär för att skapa en slagkraftig provotyp.

○ Möjliggör interaktion med provotypen, till exempel genom att placera den i en gemensam miljö där den kan prövas under en period.

○ Diskutera och reflektera tillsammans med de som interagerat med provotypen. Det är viktigt för att gemensamt förstå det provotypen gestaltar.

○ Dra slutsatser för det fortsatta arbetet.

TIPS! Komplettera gärna med metoden Bolla tillbaka frågan i den inledande undersökningen. Provotypen kan också vara en del av metoden Trigga igång.

SKRUVA TILL

Tid: 2-3 timmar Antal: 2-7 personer

Reklam påverkar oss att göra vissa val. Ett kritiskt förhållningssätt till reklam är grundläggande för att vi ska kunna navigera bland allt som erbjuds. Det är något vi behöver träna på. I den här metoden får vi pröva att aktivt förändra reklamens budskap med enkla medel för att upptäcka normerande värderingar. Den hjälper oss också att bli mer normkreativa med budskap och visuell kommunikation.

Den här metoden går ut på att förstå visuella uttryck genom att aktivt förändra reklambudskap.

- Välj reklam som ni tror väcker känslor. Antingen från er egen verksamhet eller ur en tidning. Välj gärna något som har ett samband med ert innovationsområde.
- Beskriv reklamen. Börja med att lista vad ni ser. Till exempel typsnitt, ordval, föremål, människor, omgivningar med mera. Lista också vem ni ser och vad den/dem gör.
- Diskutera vilka känslor annonsen/reklamen väcker. Associera gärna.
- Skruva till idéer med varandra om hur budskapet skulle kunna förändras för att förmedla ett annat budskap. Fråga er vilka diskriminerande strukturer som annonsen återskapar.
- Gestalta en av idéerna. Antingen genom att göra ett bildmontage i datorn eller i fysisk form genom att klippa, klistra och rita.
- Diskutera resultatet utifrån diskrimineringsgrunderna.

TIPS! Ta gärna stöd av ♠-sviten för att kunna utläsa annonsen i detalj. Se speciellt ♠2 och ♠12. Använd taktiken ♣12 som stöd för att skruva till budskapet.

BEKRÄFTA REGELN

Tid: ca 20 timmar Antal: 3-4 personer

Kategorisering kan vara första steget för att upptäcka ojämlikheter. Listor, tabeller och statistik kan utgöra verktyg för att se mönster i en helhet.

Den här metoden fungerar som stöd för att få överblick över rådande maktfördelning i en verksamhet - ett viktigt steg i ett normkreativ innovationsarbete. I statistik kan det däremot vara svårt att inkludera många variabler samtidigt vilket kan ge förenklade resultat som inte visar hur olika maktrelationer samverkar.

- Kartlägg representation inom er verksamheten eller ert branschområde. Räkna på till exempel könsfördelning, ålder och på andelen personer som inte rasifieras.

- Granska fördelningen av befattningar och positioner.

- Undersök interaktioner en "vanlig" dag. Vilka finns representerade vid beslutsmötet, och vilka är inte representerade på samma möte?

- Lista vilka uttalade och officiella regler som styr verksamheten. Till exempel bestämda klädkoder och uppförandekoder.

- Lista de informella normer som finns. Till exempel vad en förväntas tala om på fikarasterna och vad en förväntas ha på sig för kläder. Också hur en förväntas prata och bete sig. Ta er tid att diskutera er fram till svaren och kom ihåg att alla kan ha olika åsikter om vad som är informella normer.

- Sammanställ det ni har kommit fram till.

- Överblicka och diskutera resultatet. Till exempel hur det påverkar personers handlingsutrymme och möjligheter.

Tips: Komplettera gärna med taktiken ♣2.

KLÄCKA GODA IDÉER

Tid: 3-4 timmar Antal: 2-7 personer

När vi låter tanken får löpa fritt utan att bli avbrutna kan nya idéer skapas, speciellt om alla i gruppen hjälps åt att kombinera ihop och förbättra varandras idéer. Den här metoden bygger på andra metoder som används för att generera många idéer på kort tid. Men istället för att följa regeln att undvika all form av kritik mot de förslag som presenteras är det kritiska perspektivet själva utgångspunkten. Fokusera helt enkelt på idéer som utmanar och kritiserar ojämställdhet och ojämlikhet.

Den här metoden används för att generera ett stort antal normkreativa idéer.

- Definiera temat som ni ska spåna kring.
- Omvandla temat till en frågeställning. Börja till exempel med: Hur kan vi få större mångfald bland våra projekt?
- Reflektera med en normkritisk fråga utifrån frågeställningen.
- Skriv ner idéer på klisterlappar under 5 minuter. Sikta på kvantitet framför kvalitet.
- Sätt upp lapparna med idéer så att alla kan se.
- Kombinera och förbättra varandras idéer genom att flytta på klisterlappar samtidigt som ni diskuterar.
- Ställ en ny normkritisk fråga och gör om samma procedur. Gör det flera gånger tills frågor och idéer börjar tryta.
- Sammanställ och utvärdera genom att alla får säga en idé som de tycker är särskilt utmanande och som de skulle vilja arbeta vidare med.

TIPSI Ta gärna stöd av ♠-sviten.

FATTA POÄNGEN

Tid: 2-3 timmar Antal: 10-20 personer

När vi ser en människa på bild läser vi ofta av den som representant för en större grupp, till exempel en med en viss religionstillhörighet eller med vissa politiska värderingar. Grupper som syns mest ges bekräftelse på sin existens. De får också möjlighet att skildras på många olika sätt bara genom mångfalden av bilder, medan andra grupper skildras ensidigt.

Den här metoden går ut på att granska hur människor avbildas. Metoden är utformad som en tävling där deltagarna ska jaga poäng. Den beskrivs detaljerat i boken BRYT! (se Förslag på fördjupning i Guide). Där finns också en lista att utgå från. Det här är en kort sammanfattning.

- Plocka fram tidningar och broschyrer, till exempel modemagasin, produktkataloger och programblad.
- Dela in gruppen i minst tre lag.
- Samla poäng under 10-15 minuter genom att hitta så många som möjligt av de som står på listan – till exempel: "En person utan någon synlig funktionsnedsättning" ges en

poäng. Anteckna också var poängen hittats för att minnas och kunna redogöra.

- Räkna ihop poängen och sammanställ.
- Diskutera resultatet. Ge diskussionen mycket tid och stöd. Tänk på att värderingsövningar behöver följas av en ordentlig reflektion samt bör ledas av någon som är normkunnig.

TIPS! Ta hjälp av normkortet ♦12. Kombinera gärna med metoderna Fånga blicken och Läsa mellan raderna. Komplettera gärna med taktikkortet ♣2.