

KUNST- OG DESIGNHØGSKULEN I BERGEN
VISUELL KOMMUNIKASJON
2016
MARIA NORDTVEIT

KVA ER POTENSIALE I AGGRESJON?

FORORD

Takk til alle i staben på KHIB og alle medstudentar som har vore med på å forme masterprosjektet mitt. Spesielt takk til Ingrid og Stine, som har gitt meg tilbakemelding når det har trengst. Takk til kjæresten min Jørgen for støtte. Takk til Fredrik Salhus og søstera mi Karoline for teknisk hjelp. Og heilt til slutt; tusen takk til min vegleiar Åse Huus, som har lært meg utruleg mykje gjennom to år.

INNHALD

1.0 Bakgrunn og motivasjon	s. 4
2.0 Kva vil eg finne ut av?	s. 5
2.1 Kva vil eg oppnå?	s. 5
2.2 Kven vil eg nå ut til?	s. 5
3.0 Metodologi	s. 6
4.0 Kva er aggresjon – og korfor det relevant no?	s. 7
4.1 Raseri – ein privatsak?	s. 7
4.2 Aggresjon – eit tabu?	s. 8
4.3 Frå sint til flink?	s. 9
4.4 Ynskjer me å kontrollere aggresjonen?	s. 10
5.0 Korleis er aggresjon visualisert?	s. 11
5.1 Raude ansikt og store munnar	s. 11
5.2 Det eksplosive mot det rolege	s. 11
5.3 Overdrivne musikkvideoar	s. 12
5.4 Kva kan eg ta med meg vidare?	s. 13
6.0 Eksempelstudier	s. 14
6.1 Utfordrar gitte oppfatningar	s. 14
6.2 Små menneske og fiktive subkulturar	s. 15
6.3 Ei samling fiktive produkt	s. 16
6.4 Frå solenergi til mekaniske prosessar	s. 17
7.0 Kva for designretning tilhøyrer prosjektet?	s. 19
7.1 Kritisk design	s. 19
7.2 Kor nært skal ein leggje seg til verkelegheita?	s. 19
7.3 Kan prosjektet ha ein påverknad?	s. 19
7.4 Kva er kritikken av kritisk design?	s. 20

8.0 Kva er mi rolle i prosjektet?	s. 21
9.0 Designstrategi	s. 22
9.1 Kva er sluttproduktet?	s. 22
9.2 Kven er målgruppa?	s. 22
9.3 Korleis posisjonere produktet?	s. 22
9.4 Kva ynskjer eg å kommunisere?	s. 22
9.5 Korleis formidle kjerneomgrepa visuelt?	s. 22
9.6 Kor skal produktet marknadsførast?	s. 23
10.0 Korleis kom eg fram til sluttproduktet?	s. 24
10.1 Tidlege idéar, skisser og utprøvingar	s. 24
10.2 Prosjektet byrjar å ta form	s. 44
10.3 Kva for verd vil eg skape?	s. 48
10.4.0 Utprøving av produkt	s. 52
10.4.1 Fungerer produktet?	s. 55
10.4.2 Situasjonar dei skulle ynskje dei blei meir/ mindre sint i	s. 55
10.4.3 Kva kan eg ta med meg vidare inn i ein kampanje?	s. 55
10.4.4 Presentasjon og tilbakemelding produkt	s. 56
10.4.5 Korleis bruke dette til å skape eit tru- verdige produkt?	s. 57
10.5 Ny runde med idéar	s. 58
10.6 Sluttproduktet tar form	s. 62
11.0 Refleksjonar og vurderingar	s. 68
11.1 Har eg svart på eigen problemstilling?	s. 68
11.2 Korleis vurderer eg prosessen?	s. 68
11.3 Kva ynskjer eg at publikum skal reflektere kring?	s. 68
11.4 Korleis kan prosjektet utviklast vidare?	s. 69
11.5 Kva for avgrensingar har prosjektet?	s. 69
12.0 Kjelder	s. 70

1.0 BAKGRUNN OG MOTIVASJON

Me har alle drivkrefter i oss. Desse drivkreftene tillet oss å ta avgjersler, ta sjansar og sette grenser. Utan dei hadde ikkje bøker blitt skrivne, teater blitt til og nye oppfinningar hadde aldri sett dagens ljus.

Når drivkraft blir presentert på denne måten, tenker ein at det er noko bra. Noko me må ta vare på og som er viktig for at samfunnet skal gå både rundt og framover. Og dei er sjølv sagt viktige. Men kva om eg sa at desse drivkreftene også kan vere skadelege? Dei kan til dømes leie til krig eller vald. Drivkraft kan skape og gjere mykje bra, men kan samstundes også vere farleg og øydeleggande.

Så om me veit at nokon drivkrefter kan vere både konstruktive og destruktive, vil me då prøve å kontrollere dei, gjere dei forbodne eller tabu, for å unngå negative konsekvensar dei kan få? Eller vil me tillate dei, og håpe dei blir brukt på rett måte?

Er aggresjon ein av våre drivkrefter? No er det ikkje slik at aggresjon er forbode, utanom der den har fått konsekvensar som til dømes vald. Men eg stiller meg spørsmålet om aggresjon i dag er eit tabu. Er du eit sint barn, er du eit problembarn. Du passar ikkje inn, og må behandlast. Me føretrekk flinke og snille jenter framfor dei som markerer seg. Er

du ei kvinne i politikken og blir veldig engasjert i ein debatt, kan du bli stempla som hysterisk.

Eg har alltid vore nyfiken og likt å stille spørsmål. Noko eg finn veldig interessant er dei tinga me tar for gitt at er sanningar. Korfor er det eigentleg slik at noko er gitt? Og kva for konsekvensar har det for dei som lev innanfor ein kultur der desse gitte sanningane er gjeldande? Er måten me tenker kring aggresjon blant desse gitte sanningane i vår kultur? Korleis ville samfunnet vårt sett ut om me stilte oss til aggresjon på ein annan måte?

Om aggresjon i dag er tabu, kva er konsekvensane? Gjer me det då også vanskeleg å ta nytte av dei konstruktive sidene ved aggresjon? Og er det like interessant å undersøke kva noko er og kan vere, framfor å presentere svar på desse spørsmåla?

Det finnest mange døme på både destruktive og konstruktive former for aggresjon. Det er til dømes aggresjon som driv ei rasistisk rørsle – det er den som er rota til hatet og dei grufulle handlingane som kan vere resultatet.

Eit døme der aggresjon har resultert i noko konstruktivt, er historia om Rosa Parks. Då buss-sjåføren beordra Parks om å gi frå seg setet sitt til ein kvit passasjer då den kvite delen av bussen var full, nekta ho å reise seg. Ho blei arrestert, men blei også eit symbol på borgarrettsrørsla.

Aggresjon kan vere både på eit kollektivt og individnivå. Ei rasistisk rørsle som eg nemnte ovanfor vil vere døme på aggresjon på eit kollektivt nivå. Eit anna døme er om eit diktatur blir styrta. Historia

om Rosa Parks er eit døme på aggresjon på individnivå – ho sette ei grense. Samstundes påverka hennar aggresjon ei rørsle, og det er dermed ei historie om aggresjon på eit individnivå som påverka på eit kollektivt nivå. Eit anna døme på aggresjon på individnivå er eit ektepar der den eine personen slår og er valdeleg mot den andre.

Eg jobbar i prosjektet med aggresjon på eit individnivå, og vil derfor også diskutere dette perspektivet mest i oppgåva, sjølv om individet og det kollektive av og til overlappar kvarandre og kan vere tett knytt saman.

Då eg starta å jobbe med prosjektet, ville eg jobbe med det konstruktive ved aggresjon. Men etter ei stund tenkte eg at biletet er meir samansett, det er ikkje alltid gitt kva som er bra og kva som er dårleg. Nokon ting kan dei fleste vere einige om, som til dømes at vald er dårleg. Men er det eigentleg alltid det? Kva om nokon prøver å rane deg med pistol, og du i sjølvforsvar slår ned ranaren, er då vald berre negativt? Eg vil derfor heller seie at prosjektet handlar om å sjå kva for potensiale aggresjon kan ha, og stille spørsmål ved kva det kan vere. Om oppgåva hadde berre tatt for seg konstruktive sider ved aggresjon, ville eg også ha dratt slutningar for dei som såg prosjektet.

2.0 KVA VIL EG FINNE UT AV?

Problemstillinga i prosjektet og det eg ynskjer å undersøke, er:

Korleis kan potensiale i aggresjon utforskast gjennom design?

2.1 Kva vil eg oppnå?

Måla med prosjektet er å skape refleksjon og nyfikenheit kring temaet aggresjon hjå publikum, og å undersøke kva aggresjon er og kan vere. Langsiktige mål er at refleksjonen kring temaet skal kunne bidra til debatt kring aggresjon og kva for posisjon me vil den skal ha i samfunnet vårt.

Faglege mål er at eg ynskjer å utforske kva for potensiale design kan ha når ein nyttar alternative tilnærmingar, og å utforske korleis ein kan bruke kommersielle verkemiddel i eit ikkje-kommersielt prosjekt.

2.2 Kven vil eg nå ut til?

Målgruppe er noko ein ofte sett i kommersiell samanheng, for å vite kven ein sel eit produkt til. Å skulle bestemme at ei viss gruppe med menneske skal reflektere og bli nyfikne på temaet basert på alder, kjønn eller andre kriterier synst eg er noko søkt. Det ville i så fall vere eit forsøk på å over-

føre kommersielle verdiar til eit ikkje-kommersielt prosjekt, og det er ikkje nødvendigvis slik at det er vellukka eller naudsynt. Samstundes kan det vere nyttig å vite kven ein skal kommunisere prosjektet til, i denne samanhengen vil det vere publikummet som møter prosjektet på utstillinga. Prosjektet vil derfor i nokon grad vere forma av settinga det blir presentert i.

Prosjektet er likevel noko todelt når det kjem til målgruppe, då sluttproduktet er eit fiktivt kommersielt produkt. Dette produktet har ei målgruppe, som eg kjem tilbake til under «9.0 Designstrategi» (s. 22).

3.0 METODOLOGI

I researchen har eg hovudsakleg fokusert på tre felt som eg meiner er viktig å undersøke. Det første er samfunnsrelevans, korleis er prosjektet aktuelt? Det andre er visuell analyse, korleis blir temaet visualisert? Og det siste er eksempelstudier, kva kan eg ta med meg vidare frå andre prosjekt inn i mitt eige?

For å finne ut korleis prosjektet mitt er relevant samfunnsmessig, har eg brukt allereie eksisterande researchmateriale, hatt ekspertintervju, samt brukt materiale frå blant anna tenkarar. Allereie eksisterande researchmateriale er utført blant anna av psykolog, sosiolog og forfattar/journalist. Eg har konsekvent fremma fleire synspunkt og idéar om aggresjon, då det har vore viktig for meg å undersøke ulike sider for å skape eit meir heilskapleg bilete av temaet.

Gjennom visuell analyse av prosjekt som anten handlar om aggresjon eller der aggresjon spelar ei sentral rolle, har eg ville skape ei forståing av kor-

leis temaet allereie blir framstilt visuelt. Dette for å enklare kunne bygge vidare på eller framstille temaet på ein annan måte, og dermed gjere det til eit meir aktivt val kva for visuelle verkemiddel som blir brukt i det endelege produktet. Det har vore viktig for meg å velje ulike type prosjekt, for å skape eit meir heilskapleg bilete av korleis aggresjon blir presentert i ulike settingar.

Eg har ville bruke eksempelstudier for å undersøke om det eg finn interessant i andre prosjekt kan bringast med inn i eige prosjekt, men også finne element som kan vere med å avgrense prosjektet. I eksempelstudia har eg fokusert på prosjekt der design er brukt på ikkje-kommersielle måtar, for å skape ei større forståing av korleis eg sjølv kan bruke design på ein alternativ måte i prosjektet.

4.0 KVA ER AGGRESJON – OG KORFOR DET RELEVANT NO?

4.1 Raseri – ein privatsak?

Boka *ON RAGE* (Smith mfl., 2010) er basert på utstillinga og seminara ved namn *Über Wut* som var på Haus der Kulturen der Welt i 2010. Både boka og materialet den er basert på er ei samling av refleksjonar gjort av kunstnarar og tenkarar kring temaet «rage». Ord som blir mykje brukt i boka er «rage»(raseri), «hate»(hat) og «anger»(sinne). Eg kjem vidare i teksten til å bruke dei norske omgrepa, sjølv om dei kan endre noko meining når dei blir oversett. Eg kjem også vidare til å bruke omgrepa sinne og aggresjon om kvarandre, då skiljet mellom dei to er noko uklart.

I *ON RAGE* skiller Aaron Ben-Ze'ev (s. 37–39) mellom sinne, hat og raseri. Han seier sinne er ein respons på spesifikke ufortente krenkingar. Me klandrar den andre personen for krenkingar, uavhengig av om det var med vilje eller ikkje. Den andre sin handling oppfattast ikkje berre som urettferdig, men også som ein svekking av eigen posisjon. Ben-Ze'ev skildrar vidare hat som noko som ofte også er retta mot ein person, men at det skill seg frå sinne i måten me tenker på den andre personen på. Han refererer til Jon Elster, som har sagt at i sinne tenker me

at fordi nokon gjer ein dårleg ting er dei eit dårleg menneske, medan i hat tenker ein at fordi nokon er eit dårleg menneske, gjer det mennesket dårlege ting. I sinne vil ein klandre handlinga, medan i hat vil ein klandre personen. Vidare skildrar Aaron Ben-Ze'ev raseri som ein tilstand av plutseleg og ekstremt sinne. Han meiner også at nivået av valdeleg oppførsel er mykje høgare i raseri enn i sinne.

Første gong eg las gjennom teksten til Aaron Ben-Ze'ev om skilnadane på sinne, hat og raseri, verka det logisk. Men, som også sjølv Ben Ze'ev påpeiker seinare i teksten, er ikkje alltid skiljet så tydeleg. Dei kan gli over i kvarandre, det er ikkje sikkert noko grunnar i berre sinne, eller berre hat. Men om ein tar utgangspunkt i desse skilja, er det då slik at både hat og raseri er dømer på sinne som går feil? Om raseri er noko som kjem plutseleg og er ekstremt, får eg assosiasjonar til innestengt sinne. Om ein er sint over lang tid utan å gjere nok med det, kan det kome ein eksplosjon. Er raseri eit uttrykk for sinne innestengt over tid? Og kanskje er det også slik med hat, at om ein person utfører ei handling om igjen og om igjen, utan at ein vågar å vise at ein er sint, vil ein til slutt bli så sint på den personen sine handlingar at ein går ut frå at det er sjølve personen det er noko gale med, og ikkje handlingane? Ein annan ting er at Ben-Ze'ev seier at sinne er ein respons på krenkingar, eg trur ikkje nødvendigvis det treng å vere det, men at sinne kan grunne i mange ulike ting.

I ein samtale mellom Jimmie Durham og Mich Taussig (s. 119), kjem Durham innpå samanhengen mellom raseri og kontroll. Han bruker enkelte statar i USA som døme. Nokre av desse statane har

rett til å drepe oss, medan menneska som bur der ikkje har rett til å drepe kvarandre. Durham fortel vidare om Texas, der dei har ein eigen komité som kan gi nåde til dei dødsdømte som ber om det. I denne komitéen sitt vanlege borgarar, og til no har ingen av dei dødsdømte slept sin dødsstraff gjenom å be komitéen om nåde.

I samtalen mellom Durham og Taussig, kjem det fram at kven som utfører den aggressive handlinga har mykje å seie. Om ein stat utfører eit drap, har det til og med eit anna namn enn om eit individ utfører det, då heiter det dødsstraff. Seier dette noko om vår tillit til det statlege? No har me ikkje dødsstraff i Noreg, men fleire land og statar har det. Og sjølv om mange er mot det, er det jo også dei som er for, noko denne barmhjertighetskomitéen er eit døme på. Når ikkje ein einaste fange har fått sleppe dødsstraff gjennom å gå til denne komitéen, er det eit tydeleg signal på at dei som sitt i denne komitéen meiner at det er velfortent, desse dømte personane bør dø. Er det fordi at om eit individ utfører eit mord er det eit ukontrollert raseri, medan om staten utfører det blir det sett på som meir kontrollerte former? Ein kan stille seg spørsmålet om korfor staten skal ha lov til å utføre handlingar som blir sett på som foraktelege om eit individ utfører same handling. Er statleg utøvd raseri rettferdighet, medan om individet utfører same handling er det hat, ukontrollert raseri eller hemn?

Joseph Vogl (s. 389) seier at raseri og sinne i nyare historie har blitt ein privatsak. Det er eit ubehagelig drama hjå kvar enkelt, eit psykologisk problem. Encarnación Gutiérrez Rodríguez (s. 219) meiner også at raseri blir sett på som ein personleg eigen-

skap. Dei som er rasande blir sett på som bråkmarkarar, dei er utan oppdraging og er omsynslause. Raseri må kontrollerast, og har ingen plass i eit oppegåande menneske. Ifølgje Volker Schlöndorff (s. 343) er raseri alltid eit forsøk på å kommunisere med andre. Men i staden for å bruke intellektet, gjer ein det gjennom kjensler, og det blir både brått og direkte.

Sinne er ein demonstrasjon av personleg makt, seier Ruediger John (s. 167). Det er eit varselsystem til verda kring oss om farane som kan oppstå om personen mistar kontroll over kjenslene sine. Vidare skildrar John sinne som ein metode for å binde menneske saman i grupper og masserørsler. Sylvère Lotringer (s. 372) seier raseri kan ha stor påverknad i til dømes ei krise. Den kan snu svakheit til styrke, og kan dermed vere ein mektig ressurs. Men, han seier det negative er at i ei slik setting er raseri flyktig, og kan til og med jobbe mot seg sjølv.

Om raseri og sinne er ei privatsak, kva skjer då med rørslene? Rørsler kan vere viktige, då ein har makt til endre ting saman med andre, ein anerkjenn også sin posisjon i samfunnet. Men, som Lotringer seier, kan raseriet også jobbe mot seg sjølv i grupper, det kan til dømes resultere i terror. Er det å gjere sinne og raseri om til ein privatsak eit forsøk på å kontrollere oss? Det er openbart farar ved å «tillate» sinnet og raseriet, resultatet kan vere fatalt. Men resultatet av ein kontrollert masse kan også vere at ingen gjer opprør om det er naudsynt, ein blir eit lydig folk som ikkje evnar å organisere seg.

Ein kan også stille seg spørsmålet om dette er noko unikt for sinne/raseri, eller om det er eit generelt

trekk i dag, at me lev i eit individsamfunn. Om me tar utgangspunkt i at me lev i eit individsamfunn, er det då din eigen feil om du er fattig, er huslaus eller har psykiske problem? Og om dette er tilfelle, korleis skal du då kunne rette sinne mot noko anna enn deg sjølv? Med denne tankegangen vil jo alt uansett vere din eigen feil, å rette sinne andre stader vil i så fall vere ei ansvarsfråskrivning.

4.2 Aggresjon – eit tabu?

I boka *Aggresjon! Et nytt og farlig tabu?* (2014) skriv familieterapeut Jesper Juul om kva han meiner aggresjon er, og at han meiner at aggresjon i dag er eit tabu. Han seier at mange tenker på aggresjon som noko farleg der konsekvensane er vald eller krig, men at aggresjon er mykje meir enn det. Juul meiner det er feil slutningar som blir dratt når me tenker at aggresjon alltid har fatale resultat. Han seier (s. 51);

«Analysen tar utgangspunkt i at vi ikke ønsker krig og gir dermed en feilaktig slutning. Siden aggresjon fører til vold, og vold fører til krig, avskaffer vi aggresjon og gjør den om til et tabu.»

Juul seier også at me i dag lønner oppførsel der sinne blir vendt innover, at ein er flink, snill, velfungerande og enkel å ha med å gjere, medan til dømes barn som viser aggressiv oppførsel blir sett på som problembarn.

Jesper Juul seier me må skilje mellom konstruktivt og destruktivt sinne. Han meiner aggresjon berre er destruktivt når den blir valdeleg og går utover andre eller andre sin eigedom. Dei ulike sidene ved aggresjon skildrar han slik (s. 108-109);

«Aggresjon er mye mer enn sinne, irritabilitet, roping og skriking. Uten aggresjon ville vi hverken være i stand til å sette oss mål eller til å oppfylle dem. Vi ville ikke kunne skaffe oss en karriere, glede oss over et godt sexliv eller forfølge drømmene våre. Vi ville ikke kunne spille fotball, basket, tennis eller løpe maraton. Vi ville ikke være i stand til å forføre noen, markere egne grenser eller beskytte barna våre. Vi ville aldri ha besteget et fjell, overvunnet kreft eller styrtet diktatorer. Og uten aggresjon ville jeg absolutt ikke vært i stand til å skrive denne boken. Å fjerne aggresjon betyr redusert livskvalitet for oss som individer og par så vel som redusert kvalitet i våre individuelle og kollektive prestasjoner.»

Eg synest det er interessant at noko som har eit så dårleg rykte kan vere så naudsynt og viktig som det Jesper Juul skildrar her. Det verkar som noko vesentleg ved mennesket, noko som me ikkje kan klare oss utan. Om det er sant som Juul skriv, at aggresjon i dag er eit tabu, stiller eg spørsmål ved kva for konsekvensar det har for kvar enkelt av oss. Vil det gjere kjenslespekteret vårt meir snevert? Får ein mindre moglegheit til å utvikle sitt fulle potensiale? Blir rammene så tronge at me mistar særtrekk, og blir likare kvarandre?

Juul seier at aggresjon er berre destruktiv når den blir valdeleg og går utover andre eller andre sin eigedom. Men er ikkje det ei forenkling? Er det ikkje slik at det som er negativt for ein person kan vere positivt for ein annan, at det heile kjem an på kva for verdsbilete ein har, og i kor stor grad ein

meiner noko som er konstruktivt for nokon skal få gå utover andre? Om nokon stiller spørsmålet om til dømes ei handling er konstruktiv eller destruktiv, kan det vere vanskeleg å svare med berre eit ja eller eit nei. Derfor kan det vere vanskeleg å lage eit klart skilje på når aggresjon er konstruktivt og når det er destruktivt. Eg tenkjer det er mykje sant i det som Jesper Juul seier, aggresjon som går utover andre eller andre sin eigedom er i utgangspunktet destruktivt, men det kan finnast nyansar.

4.3 Frå sint til flink?

Sosiolog Gunnar C. Aakvaag kallar min generasjon for Generasjon Lydig (2013), og meiner at denne generasjonen skil seg frå tidlegare generasjonar ved å ikkje vere opprørske mot autoritetar, men heller opptatt av å vere flinke og lydige. Samfunnsredaktør i Morgenbladet, Lena Lindgren, skriv i artikkelen *Å være ung er ikke for jævlig. Men søvnproblemer må man regne med* (2014) at ho ser ein samanheng mellom Generasjon Lydig, og at ungdom no slit med det NOVA (Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring) kallar for depresjonssymptom. Denne generasjonen får betre karakterar og er meir fysisk aktive enn tidlegare generasjonar, men er også meir bekymra, har meir søvnproblem og mange fleire unge enn før viser tendensar til depresjon. Dette gjeld i all hovudsak jentene. Ho skriv vidare om korleis ho meiner sosiale media spelar ei viktig rolle i dette, og viser til filosofen Michel Foucault sin teori om panoptikon, det å alltid vere synleg.

Lindgren skriv at poenget til Foucault var at om ein føler seg observert vil ein opptre «riktig», fordi ein veit at nokon kanskje følgjer med på det ein gjer.

Det blei gjort eit forsøk i eit fengsel, der arkitekturen var forma slik at det alltid var mogleg å overvake fangane. Fangane oppførte seg då «riktigare», då det alltid var risiko for overvaking, og dei oppførte seg også betre etter at dei var komne ut av fengselet. Det overvakande blikket var blitt presentert for dei, og dei tok det med seg vidare. Ho meiner dette kan overførast til dagens samfunn, at unge jenter i dag alltid føler seg overvaka og tvungne til å oppføre seg «rett».

Eg synest Lindgren sin idé om at unge jenter i dag blir «oppdratt» av sosiale media er interessant. Ein skal leve rett – vere sunn, aktiv, ha eit spanande liv, og det skal visast fram på sosiale media. Men spørsmålet eg stiller meg er korfor og om dette berre gjeld jenter? Kanskje blir også gutar, vaksne kvinner og menn «oppdratt», men at andre reglar er gjeldande?

Barne- og ungdomspsykolog Per Are Løkke skriv i artikkelen *Jenters stumme raseri – i diagnosenes tidsalder* (2014) at mange jenter i dag skapar eit sinne som dei stumt og straffande vender innover, som eit resultat av dei store forventningane til å vere flinke, snille og pene. Løkke meiner at eit av resultatane av dette sinnet som jentene vender innover i seg sjølve er eit intenst sjølvhat. Han seier dette hatet kan ha opphav i fleire forhold; samfunnet sitt ideal om å vere vellukka, og kjensla av å vere vond eller slem. Det er viktig å få fram at Løkke tar utgangspunkt i jenter han har hatt som pasientar, og at dette dermed ikkje nødvendigvis gjeld alle jenter, men at han ser ein tendens blant dei jentene han behandlar.

Løkke stiller spørsmål ved om sjølvhatet han ser hjå dei unge jentene er skuggesida til Generasjon Lydig. Han seier at samstundes som at jentene druknar i krav, forventningar og plikter, hindrast dei i å finne eit språk som kan tydeleggjere og gjere opprør mot både dei familiære og kulturelle krava dei står ovanfor. Løkke meiner det er ein kultur innfor behandling av unge jenter for å lære jentene å tenke positivt, noko han meiner er feil, ifølgje han er det retninga på sinnet som må forandrast og som er det viktige, framfor å lære dei å tenke positivt om seg sjølv.

I intervju med Per Are Løkke (19. mai 2015) seier han at innovervendt sinne blir utløyst av forventningar, krav og urimelegheit. Han meiner jenter i mykje større grad enn gutar lev i eit sosialt nettverk der det skal vere plass til alle, og då blir plassen mindre til dei sjølve, og at jenter blir forventa å ta imot og oppbevare også andre sine kjensler i tillegg til sine egne. Eg var nyfiken på om det var nokon spesiell type jenter han såg at gjekk igjen blant dei han behandla, men Løkke seier det er eit generelt trekk hjå alle jenter, at dei er sjølvkritiske, sjølvdommande og har eit sjølvhatande blikk på seg sjølv.

Han seier at jentene han behandlar skildrar eit veldig press som aldri stoppar. At dei ynskjer seg ein fristad, eit rom utan alt presset, men at den staden ikkje finst. Løkke ser eit enormt sinne hjå jentene som går i mange retningar, men som det ikkje er nokon form på, og det endar opp med å bli retta mot dei sjølve. Eg er nysgjerrig på kor jentene skulle ha retta dette sinnet om dei skulle vende det ut, og spør også korfor det er så vanskeleg. Han svarer at ein må rette sinnet mot samfunnet, mot dei ideala

som er. Mange jenter opplever at om dei blir sinte, så er det noko gale med dei sjølv. Og at i litteraturen blir sinte menn sett på som noko positivt, medan dei kvinnene som viser sinne i bøkene ofte avsluttar boka med «...og så byrja eg å gå i terapi og blei harmonisk». Løkke meiner også at mange slit med at ein må tåle det negative som kan kome av at ein blir sint, først då kan ein skape eit rom å vere sint i. Han skildrar historia til ei jente som har vore inne til behandling, som fortel om sitt forhold til broren. Broren har aldri vore særleg snill mot ho, han har plaga og erta ho. Jenta har aldri våga å ta igjen, heilt til det ein dag er nok, og ho eksploderer. Etter dette kjente ho at dette var eit rom ho kunne vere i, no var det plass til henne i dette rommet. Når eg spør Løkke om kva han meiner er dei konstruktive aspekta ved sinne er, svarer han at sinne er kreativitet, sjølvhevding, sjølvavgrensing, språk, kraft og det å ta plass.

Då eg las artikkelen til Løkke og seinare intervjuet han, høyrtes det så utruleg slitsamt ut å vere desse jentene. Men er måten desse unge jentene taklar

sinne på berre eit symptom på ei overordna utfordring, som er korleis samfunnet/kulturen vår stiller seg til aggresjon? Om det er eit symptom framfor at det er noko galt med sjølv jentene, kan det spreie seg til å gjelde stadig fleire? Eg var nyfiken på om den verda Løkke skildra som realiteten til mange unge jenter også gjaldt andre. Eg tok derfor kontakt med ei meir vaksen kvinne for intervju, Borghild Gramstad (som på tidspunktet var 51 år) (2. mars 2015), for å snakke om hennar relasjon til eigen aggresjon. Det eg fann mest interessant i samtale med Gramstad, var korleis ho sa at det var heilt legitimt å bli sint, men samstundes då eg spurte om situasjonar ho hadde blitt sint i, så unnskyldte ho alltid sinnet sitt etter å ha fortalt historia. Sjølv om det var situasjonar det var lett å sette seg inn i og forstå at ein blir sint i. Etter intervjuet stilte eg meg spørsmålet om det kan vere sånn at det er fleire enn berre jentene i Generasjon Lydig som finn det vanskeleg å akseptere eige sinne, men at det kjem sterkare til uttrykk hjå dei unge jentene? Kanskje har me alle eit meir eller mindre komplisert forhold til eigen aggresjon, og kjenner eit behov for å unnskyldte den aggresjonen som blir synleg?

4.4 Ynskjer me å kontrollere aggresjonen?

Etter å ha diskutert aggresjon i dette kapittelet basert på research gjort på emnet, synst eg det er noko som går igjen. Om ein tar utgangspunkt i at ting er sånn som blant anna Jesper Juul og Per Are Løkke skildrar, at aggresjon er tabu, og at mange vender sinnet inn i seg sjølv framfor å vende det utover, handlar det ikkje mykje om å kontrollere aggresjonen? Er me redde for å framstå som vulgære, som menneske som ikkje har kontroll? Ser

me på synleg sinne som eit uttrykk for at ein er i ubalanse, det er noko gale med ein? Kjenner ein på kjensla av å miste kontrollen om ein blir synleg sint, og er ein redd det påverkar korleis andre ser ein, eller at det skal ha alvorlege konsekvensar?

Eg kan kjenne meg igjen i å ville ha kontroll. Ein skal uttrykke seg passeleg, men ikkje for mykje. Om ein tar utgangspunkt i at sinne er noko me ynskjer å kontrollere mest mogleg, går ikkje dette utover i kor stor grad me forstår og klarer å gi uttrykk for eigne kjensler? Samstundes er det fleire som må lære seg å tøyse aggresjonen sin, fordi den får alvorlege konsekvensar, som til dømes vald. Så kanskje er det bra om me ynskjer å kontrollere ei kjensle som kan ha fatale utfall?

5.0 KORLEIS ER AGGRESJON VISUALISERT?

5.1 Raude ansikt og store munnar

I barneboka *Snill* av Svein Nyhus og Gro Dahle (2002), møter me ei jente som heiter Lussi. Lussi er ei snill og flink jente, så snill og flink at ho ein dag forsvinn, og ingen finn ho igjen. Ho blir først synleg igjen då ho bryt ut sinne. Etter dette vågar ho å vere mindre ordentleg. I byrjinga av boka, når Lussi er berre snill og flink, tar ho liten plass i formatet, har nykjemma hår og fine, reine klede. Både Lussi og miljøet rundt består av pastellfargar og store, relativt reine flater. Når Lussi blir sint, veks ho seg større og større. Ho tek opp større plass i formatet, og dei andre menneska i illustrasjonane blir små samanlikna med ho. Munnen til Lussi blir også veldig stor når ho brøler, og ho får bustete hår. Dei ljose fargane kring ho er no erstatta med mørkeblått. Etter utbrotet blir Lussi liten igjen, men har framleis bustete hår og skitne klede.

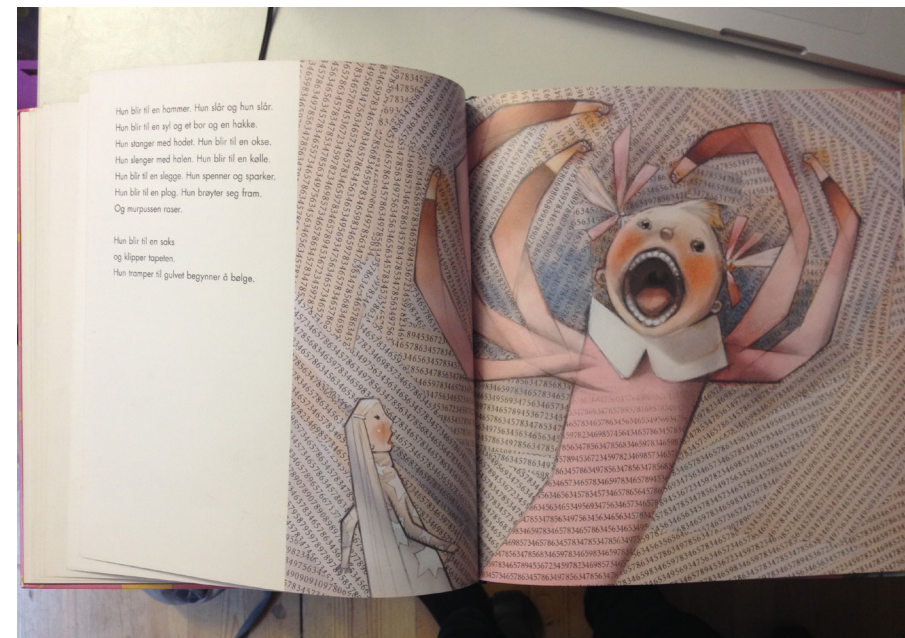
Sinne er ei barnebok av Anna Fiske (2005), som ikkje er ei samanhengande forteljing, men meir ein introduksjon av sinne for barn. Gjennom tekst og illustrasjon skildrar Fiske ting som «nytt sinne» og «gammalt sinne», og det står også tips til korleis ein kan handtere sinne, som til dømes at det er betre å kaste plastkoppar enn krystallvasar. I den eine illustrasjonen er det skildra korleis eit ansikt som er sint ser ut kontra eit ansikt som ikkje er sint. Ansiktet som ikkje er sint, har ein rett munn, rette augobryn og nykjemma hår, ansiktet framstår som nøytralt. Fargen rundt ansiktet er gult. Ansiktet som er sint, er rosa, med hår som står rett til værs, ein

stor open munn som peiker nedover, og kraftige og nedovervendte augobryn. Dette ansiktet er omgitt av ein mørkeraud farge. Mange av dei andre sinte karakterane i boka er skildra likt som det sinte ansiktet. Dei har anten rosa eller raude ansikt, store munnar og tjukke augobryn som peiker nedover. Dei er også i fleire av illustrasjonane sett mot ein kontrast, til dømes sint ansikt mot vanleg ansikt. Det er også ofte element kring dei sinte karakterane, som store lyn, stjerner eller krusedullar. Dette skapar eit meir kaotisk uttrykk, det er fleire ting som skjer i biletet.

I begge desse barneøkene er det brukt kontrastar, det ordentlege er sett opp mot aggresjonen. Det ordentlege er ryddig, med reinare flater og mindre som skjer rundt karakterane. Det aggressive tar opp



Frå boka *Sinne* av Anna Fiske.



Frå boka *Snill* av Gro Dahle.

større plass i formatet, og det er samstundes meir som skjer rundt karakterane. Karakterane sjølv, når dei er sinte, har ganske stereotypiske sinte ansiktsuttrykk, det er brukt store svarte augobryn og store markerte munnar.

5.2 Det eksplosive mot det rolege

Den svenske kunstnaren Anastasia Ax seier i ein episode av det svenske kulturprogrammet *Kobra* (2015) at ho i fleire av arbeida sine tar utgangspunkt i sinne. Ho seier at sinnet er motoren hennar.

I arbeida me ser i denne episoden lagar ho først kvite, store skulpturar som fyller eit heilt rom. I ein performance etterpå kastar, sprutar og spyttar ho blekk på dei kvite store figurane. Rommet får så eit heilt anna uttrykk, frå å gå frå kvitt og ryddig, til å vere eit rom der det svarte blekket tar over, og det blir meir kaotisk.

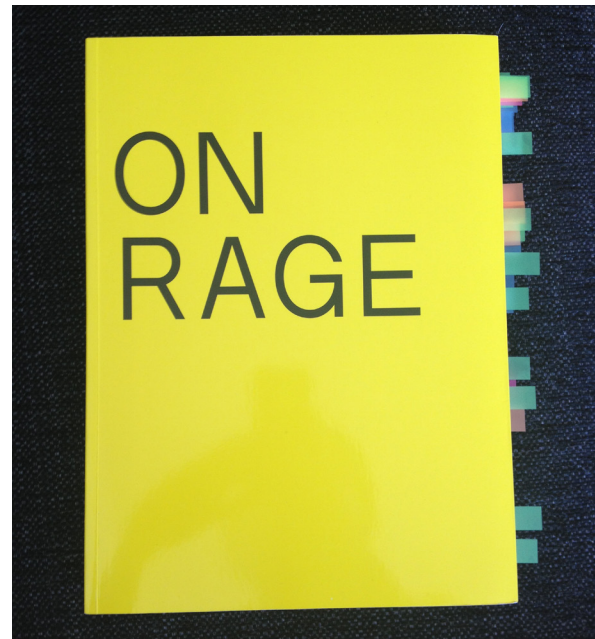
Igjen ser me at kontrastar er eit viktig element. Kontrasten mellom det svarte og det kvite, dei ryddige strukturane som blir møtt med den eksplosive svarte fargen og skapar eit heilt nytt rom. Det verkar som dei kvite, reine og store flatene er ein naudsynt kontrast til det svarte blekket. Utan dei kvite figurane, ville ikkje det svarte blekket virke like eksplosivt. Det fungerer som ein forsterkar av det svarte og eksplosive, då det har noko å stå



Foto frå ein av Anastasia Ax sine performancer (2012).

mot, noko det blir samanlikna med. Igjen blir også mørke fargar brukt som eit uttrykk for aggresjon.

I denne analysen av *ON RAGE* (tidlegare nemnt under «4.1 Raseri – ein privatsak?», s. 7), ser eg på boka i sin heilheit, og ikkje på kvart einskild prosjekt som er skildra i boka. Til trass for temaet, framstår både omslaget av boka og gridet inni som ganske strengt. Om eg skulle tenke på ein stereotypisk måte å lage grid eller typografi som skulle framstille tematikken, ville det vore rotete og eksplosivt. I staden for har dei valt å gjere det motsette. Kanskje for å nettopp ikkje bygge på stereotypen. Ved å bruke eit strengt grid og omslag, er det visuelle oppsettet ein kontrast til innhaldet. Også fargevala framstår som lite stereotype, då dei har valt å ha utsida av boka heilt gul. Einaste som kan minne om at dei



Boka ON RAGE.

speler på stereotype framstillingar av aggresjon, er tittelen på boka, som står i versalar og tar opp ein del plass på framsida, og dermed framstår bastant.

5.3 Overdrivne musikkvideoar

Metall er ein musikkjanger som er kjent for å ha ei aggressiv framtoning. Eg har derfor tatt utgangspunkt i metallbandet Satyricon og analysert tre av deira musikkvideoar, *The Pentagram Burns* (2013), *Fuel for Hatred* (2013) og *King* (2006). Satyricon er eit norsk band, som er kjent både i og utanfor Noreg.

Det blir ikkje presentert nokon større historie i videoane, dei fleste klippa er av anten bandet som spelar eller vokalisten som syng. Både miljøet og personane i musikkvideoane er for det meste mørkt og svart. Ofte er ein av dei få kontrastane til det mørke dei kvite ansikta og den kvite huda. Videoane består av raske rørsler og hurtig klipping. Sjølv om det er hurtig klipping, er det ikkje alltid fordi at det skifter scene, men at det er klippa i den same scena, slik at det blir «hakkete».

Det er tydeleg at det er viktig med tempo og mørke fargar musikkvideoane til Satyricon. Musikken er også ganske hurtig og mørk, og dermed gjentar dei seg sjølv ved å bruke dei verkemidla dei gjer i videoane. Men ein kan også seie at det kunne sett rart ut om dei brukte pastelfargar og lange scener, det er ikkje sikkert at ein kontrast hadde fungert. I staden for å sette det mot noko, vel dei å bygge opp under musikken.

Die Antwoord er eit Sør-Afrikansk band, som kanskje ikkje er like sjølvstøtt som Satyricon at lagar aggressiv musikk, men bandet framstår både gjen-



Screenshot frå Satyricon sin musikkvideo Fuel for Hatred.

nom musikken og musikkvideoane som ganske direkte og tempobasert. I denne analysen har eg sett på tre av deira musikkvideoar, *Fatty Boom Boom* (2012), *Evil Boy* (2010) og *Baby's on Fire* (2012). Likt som i Satyricon sine musikkvideoar, er det brukt mykje rask klipping. Dei sjølve er i videoane hovudelementa, og dei er som regel plassert i midten, ser direkte inn i kamera, og brukar mykje overdrivne kostymer. Slik er dei alltid i fokus og vanskeleg å ta blikket frå, sjølv om miljøet kring dei ofte er rikt på både objekt og fargar. Scenene er ofte anten veldig fargerike, eller svart mot kvitt. Dei brukar også mykje store og hurtige rørsler når dei dansar, og det oppfattast derfor som at dei tar plass i scenene. Annleis frå Satyricon skildrast det ofte ei historie gjennom musikkvideoen, alle ganske absurde. Eit døme er *Fatty Boom Boom*, der ein person kledd ut som Lady Gaga drar til ein gynekolog, og føder eit insekt.

5.4 Kva kan eg ta med meg vidare?

Om ein ser på desse prosjekta samla sett, har dei fellesnemnarar, men også element som gjer at dei skil seg frå kvarandre. For å skildre aggresjon er det brukt mykje mørke fargar eller mange fargar saman. Ein annan ting som går igjen er overdrivingar, ein teiknar munnar mykje større enn dei er, veldig raude ansikt eller bruker valdsame kostymer. Nokre av prosjekta brukar kontrastar, slik at det aggressive får noko å spele mot, medan andre vel å legge på meir av det same.

Det eg ynskjer å ta med meg vidare inn i eige prosjekt, er kontrastane og overdrivingane. Då eg ikkje ynskjer å ha ei stereotypisk framstilling av temaet,

synest eg *ON RAGE* er ei veldig interessant bok. Når den lagar eit strengt grid og omslag til ei bok om raseri, krev den også å bli tatt seriøst. Ein kan også bli noko overraska over innhaldet, då det visuelle ser ryddig og ordentleg ut. Ein må byrje å lese og sjå i boka for å forstå fullt ut kva den handlar om (til trass for tittelen), den krev ein innsats frå lesaren. Samstundes synest eg også overdrivingane som er presentert i fleire av prosjekta er interessant, det verkar som om når aggresjon skal visualiserast, så tenker ein i overdrivingar, det skal vere større og meir ekstremt enn det eigentleg er. Dette gjer det også humoristisk og absurd, noko eg meiner kan vere viktige stikkord for å skape interesse blant publikum.



Frå *Baby's on Fire* av Die Antwoord.

6.0 EKSEMPELSTUDIER

6.1 Utfordrar gitte oppfatningar

I sitt masterprosjekt *Girls* (2014), viser Emilie Mottet ein animasjon der sterke kvinner bruker rørsler og positurar for å demonstrere sjølvstende. Mottet seier at dei muskuløse kvinnene har ein trong til bryte ut av objektivisering og seksualisering i visuell kultur, og at dei smadrar klassisk forståing av femininitet.

I animasjonen er det ei rekke sterke kvinner som har hovudrollene. Dei blant anna slår og sparkar for å vise styrke. Kvinnene er nakne, slik at alle musklar er synlege. Dei har alle ein fargeglad kropp, og er plasserte på ein svart bakgrunn. I nokre av klippa er det også andre element, til dømes ein vegg som blir slått gjennom. Kvinnene er også alltid plassert midt i klippet. Desse elementa gjer at kvinnene alltid er hovudfokuset. Dei sterke fargane gjer også at ein får positive assosiasjonar til karakterane, det er tydeleg at dei er stolte.

Det beste med dette prosjektet er kor tydeleg bodskapen er, det er også godt å sjå kvinner eige sin eigen kropp og vere aktive, og ikkje i den tradisjonelle passive rolla. Ein sterk kvinnekropp er noko ein sjeldan ser, og det at det nettopp er tatt noko ut av dimensjonar (veldig få har ein kropp med så store musklar) er også med på å underbygge poenget.

I sitt bachelorprosjekt har Loes Klaas og Kirsten Spruit laga bandet Mentaxis og songen *Horizons* (2015) med tilhøyrande musikkvideo. Songen og musikkvideoen er ei ære til tvilen, då dei meiner

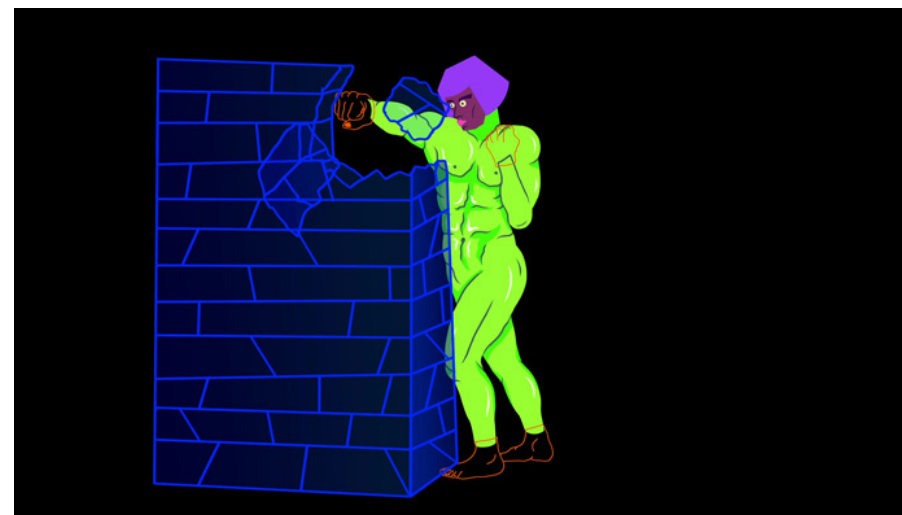
at mange har eit syn på tvil som noko negativt, medan dei ynskjer å skape ein ny mentalitet kring temaet. Dei seier kompleksiteten til temaet gjer at tvilen fortar ein høgare status, at det er ein naudsynt del av prosessar.

Musikkvideoen er laga som eit skjermopptak, og gjennom store deler av videoen dukkar det opp mange mindre videoar med forskjellig innhald, ein med teksten til songen, andre med små bilete eller gifar. Ved å vise mange mindre element samstundes, underbygger designarane kompleksiteten i tvil. Det er mange retningar å gå i og mykje å følgje med på, om me ikkje hadde hatt tvilen hadde me ikkje kunne orientere oss i eit landskap på same måten. Når refrenget kjem, ser ein dei to bandmedlemma/designarane som syng, samt stor og barnleg typografi. Teksten opplevast nærmast som små dikt eller manifestar. Eit døme i teksten er; «*We are critical optimists and professional amateurs, confident in our uncertainty, naive yet informed.*».

Det er spanande å sjå eit prosjekt som tar for seg dei positive aspekta ved tvil, då det pleier å bli sett på som noko negativt. Det får ein til å tenke på og sette spørsmålsteikn ved den oppfatninga ein har om temaet. Prosjektet framstår noko naivt, truleg mest fordi ein ser på tvil som noko litt barnleg, som vaksen skal ein vere bestemt og kunne ta raske

slutningar, men også på grunn av typografien, som tidvis er nærmast banal og barnleg. Men eg synest det er nettopp denne naiviteten som gjer prosjektet interessant, dei skapar ein opning for diskusjon kring det gitte, samt at naiviteten kler temaet godt.

Begge prosjekta har klare parallellar til eige prosjekt, då dei begge presenterer tema som mange har ein gitt oppfatning av, og gjennom prosjekta prøver dei å skape eit breiare bilete. Men det er også ein viktig skilnad, begge desse prosjekta framstår som meir bastante enn eg har lyst til at mitt prosjekt skal vere. Dei ynskjer å fremme det motsette av det gitte, i mitt prosjekt ynskjer eg å utfordre det gitte ved å skape refleksjon og diskusjon kring korleis me forhold oss til aggresjon. Eg meiner dette er ein viktig skilnad. Dei største styrkane til begge prosjekta meiner eg



Frå Emilie Mottet sitt prosjekt *Girls*.

er korleis dei underbygger konseptu visuelt. Når ein analyserer prosjekta, er det tydeleg at det visuelle ikkje er tilfeldig, det underbygger alltid konseptet. Noko så enkelt som plassering er avgjerande, då det seier noko om viktighet. Det fortel meg at ingen av dei visuelle vala eg gjer i eige prosjekt kan vere tilfeldig, det må kunne underbyggast. Både farge, plassering og form er avgjerande for korleis prosjektet blir oppfatta.

6.2 Små menneske og fiktive subkulturar

The Incredible Shrinking Man (2008–) er eit spekulativt designprosjekt om korleis å minske høgda til menneske ned til 50 cm. Det er Rachel Armstrong, Jasper van den Berg, Arne Hendriks, Donald Platt, Asia Komarova og Thomar T. Samaras som står bak prosjektet. Dei seier at den etablerte trenden for menneska å vakse seg større og større fører til at me treng meir energi, meir mat og meir plass. Dei stiller spørsmålet; Kva skjer om me prøver å snu trenden?

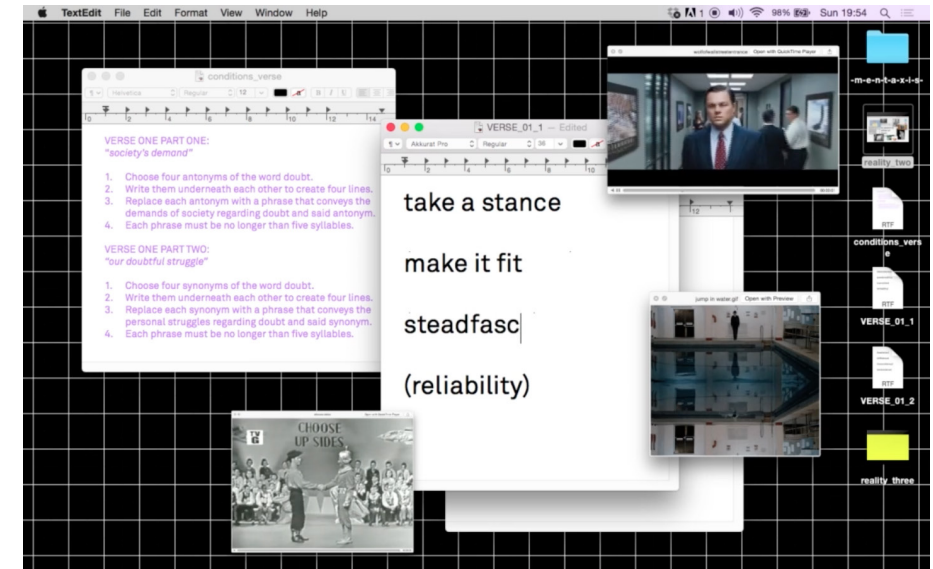
Prosjektet er både stort og komplekst, det blir sett på mange områder av problematikken. Initiativtakarane har sett på blant anna kva som er positivt med å krympe, korleis ein skal kunne krympe folk og også dei negative sidene ved å stadig vokse. Dei hevdar blant anna at om ein er kortare, vil ein få mindre sjukdommar. På heimesida er det hovudsakleg tekstar om research og teoriar, men dei held også workshops og har hatt utstillingar.

Det er interessant å sjå for seg ei verd der menneska er 50 cm høge. Ein ser på vekst som noko positivt og naudsynt, men dette prosjektet stiller spørsmål

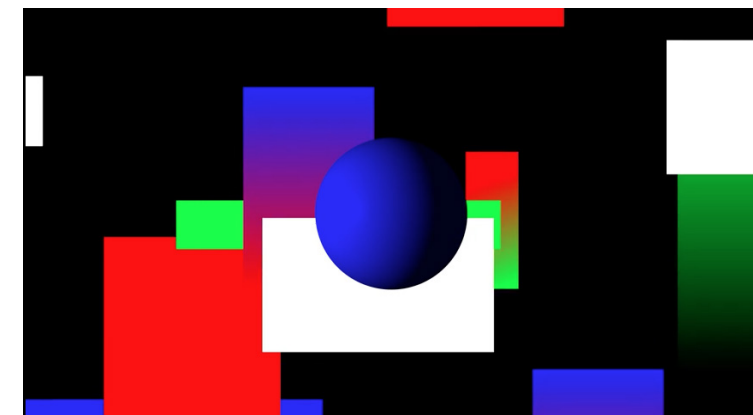
ved denne tankegangen. Om ein tenker seg om er det mange positive ting ved å krympe. Me treng då mindre plass, mindre mat (spesielt med tanke på kor stor rolle kjøtt spelar i klimautsleppa, er dette eit viktig punkt), det vil vere plass til fleire i bil eller buss, me treng mindre klede og dermed går det med mindre stoff, og så vidare. Noko av det eg finn mest spanande ved prosjektet, er at det er eit prosjekt som kan vare evig; det vil alltid vere nye områder å utforske eller nye teoriar å prøve ut. Ein kan også bidra sjølv ved å sende inn idéar eller historier, dette kan gi publikum større kjensle av eigarskap til prosjektet.

I sitt bachelorprosjekt (2015) ved KHIB, har Daniel Bekken skapt ein fiktiv subkultur frå 2010-talet, som kallar seg for *Screenheads*. Han seier prosjektet er ei utforsking av kva ein subkultur kunne ha vore i dag. Det er ein annan verkelegheit, initiert av frustrerte ungdommar. Ungdommane bak *Screenheads* er nærmast besett av teknologi, og meiner menneskekroppen som me kjenner den bør opphøyre, og at menneska bør smelte inn i det digitale.

Prosjektet består av ein musikkvideo, ei avis og ein drakt som *Screenheads* brukar. Hovudelementa i drakta til *Screenheads* er kvit bukse og genser, kappe og ein slags boks til å ha på hovudet. Boksen blir brukt til å sjå Olympus, som er deira digitale verd. Songen i musikkvideoen er utan vokal, og består kun av elektroniske element. Videoen består hovudsakleg av former som sirkel og rektangel. Me følgjer i store deler av videoen ei kule som går innover i biletet, medan rektangel kjem mot oss, samt går til forskjellige sider. Alle formene er fargesterke og tydeleg RGB-fargar. Det er også korte sekvensar



Frå musikkvideoen til *Horizons* av Loes Klaas og Kirsten Spruit.



Screenshot av musikkvideo til prosjektet *Screenheads* (2015) av Daniel Bekken.

med logoen til Screenheads, ein sirkel med strek gjennom, samt andre former som snøkrystallar, haiar og talrekker beståande av 0 og 1.

I avisa får ein ei oppklaring av fleire av elementa ein ser i musikkvideoen. Me møter Z, eit medlem av Screenheads. Journalisten har både intervjuet og følgt Z ein heil dag for å lære mest mogleg om korleis Screenheads lever og er. Mange av bileta frå avisa kan ein kjenne igjen frå musikkvideoen, dei er bilete frå Z sitt digitale liv. På det eine biletet ser me han med kone og eit barn dei saman har programmert, eit anna viser ein slags leikestad med haiar. Det viser seg at det er Z som er kula som i musikkvideoen går innover i landskapet, og alltid er i midten i dei sekvensane den er med. Me får ikkje vite det heilt sikkert, men det kan verke som at det er Z som har laga songen og musikkvideoen, kanskje handlar den om hans eige digitale liv.

Det første som slår meg når eg ser prosjekta, er kor absurde dei er. Det absurde gjer det også humoristisk, prosjekta er overdrivne, tatt ut av proporsjonar. Dette er noko eg ynskjer å ta vidare med meg i eige prosjekt, eg trur det absurde og humoristiske er hovudgrunnen til at ein finn prosjekta interessante. Det gjer dei enklare å relatere seg til, det blir presentert som ein leik ein får lov til å vere med på. Samstundes som prosjekta er leikne, er dei også seriøse, og får ein til å spekulere vidare om emna. Ein får også eit slags eigarskap til prosjekta, i *The Incredible Shrinking Man* kan ein delta ved å sende inn egne tankar eller relevant informasjon for prosjektet, i *Screenheads* blir ein presentert for objekt frå ei verd ein ikkje kjenner til, resten må ein tenke seg til sjølv. Ein blir presentert for frag-

menter, ikkje alt. Dette trur eg er viktig også i mitt prosjekt for å skape nyfikenheit og refleksjon. Når ein blir presentert for delar, er det opp til ein sjølv å supplere med eigne tankar og idéar. Prosjekta kan også fortsette over lang tid, det kan alltid dukke opp fleire objekt eller idéar.

6.3 Ei samling fiktive produkt

I katalogen ved namn *TBD catalog* (2014), blir me introdusert for ei rekke fiktive produkt, som ved første augokast verkar ekte. Katalogen er laga av Near Future Laboratory, som jobbar med både design, utvikling og research.

Katalogen har ei framstilling som gjer at den opplevast som seriøs. Formatet er litt større enn A5 (med andre ord eit ganske standard format), og papiret er bestrøket. Måten grid, foto og tekst er brukt på kjenner ein igjen frå katalogar frå aktørar som IKEA, Clas Ohlson eller Teknikmagasinet, og ved å bruke katalog som medie framstår det også heilkommersielt, då bruken av katalog er noko me kjenner igjen frå den kommersielle verda. Katalo-

gen har også eit bestillingsskjema, samt inneheld reklame for andre produkt, dei også fiktive. Dette er også med på å underbygge tillit til katalogen.

Gridet er stramt, oversiktleg og utan overraskingar. Produkta er hovudsakleg presentert ved eit foto av anten produktet eller produktet i bruk av eit menneske. Menneska som er brukt er unge, pene og smiler på dei fleste bileta. Bakgrunnen på fotoa er som regel kvit, og måten produkta og menneska er ljossett på framstår også kommersiell. Bileta er ljose, lette og det er fleire gonger brukt drop shadow. Ein kan enkelt sjå at bileta er manipulerte, men samstundes ikkje i ein så stor grad at ein ikkje trur på dei. Dei tar produkta og presentasjonen av dei seriøst, og produkta framstår dermed seriøse.

I første omgang ser katalogen seriøs ut, ein må i dei fleste tilfelle lese teksten for å skjønne at dette ikkje er kvardagslege produkt. Også skildringa av nokon av produkta kan ein tru er ekte, men imellom er det produktskildringar som avslører at dei er fiktive. Til dømes teppet som kan analysere kjenslene til



Foto av TBD Catalog, av Near Future Laboratory.

kjæledyret ditt. Katalogen forventar og krevjar noko av publikum, om ein ikkje er villig til å bruke tid på katalogen, går ein også glipp av hovudpoenget. Den har fleire lag, først ser katalogen ekte ut, så skjønar ein at det er fiktive produkt, så dukkar det opp ei rekke spørsmål knytt til produkta.

Sjølv om ein etter ei stund oppdagar at det er ein katalog med fiktive produkt, stiller eg meg spørsmålet «men er det så usannsynleg at desse produkta vil kunne eksistere ein dag?». Eg byrjar å tenke på framtida, kva for moglegheiter som kjem og om me kjem til å nytte oss av dei. Og kor langt borte er eigentleg fleire av desse tinga? Mange av objekta vil truleg kunne produserast allereie no. Det får ein til å tenke på kva konsekvensane av produkta kan vere.

Eg synst ein av dei mest interessante tinga med katalogen er at ved å framstille den så seriøs, forventar dei ein del av publikum. Publikum må ta seg tid til katalogen, og vere nyfikne. Dette kan utelukke mange, og ein får færre som forstår kva den eigentleg handlar om. Samstundes meiner eg det er naudsynt å ha ein seriøs presentasjon av produkta for å reise dei relevante spørsmåla. Om dei ikkje sjølv tar produkta og spørsmåla knytt til dei seriøst, korfor skal andre gjere det? Derfor er presentasjon viktig. Einaste eg synst kunne vore annleis, er at dei kunne våge å gjere katalogen meir annleis frå allereie eksisterande katalogar, designet kunne vore meir spanande. Eg trur framleis ein vil ta den seriøst så lenge den ser gjennomført ut. Sjølv om katalogen reiser mange seriøse spørsmål, ligg det også mykje humor i katalogen, då det går over i det absurde å til dømes skulle lese kjenslene

til kjæledyret eins via eit teppe. Denne balansen mellom å ta produktet seriøst og samstundes våge å vere absurd, samt viktigheita av å velje rett framstillingsmåte av prosjektet, vil eg ta med meg inn i eige prosjekt.

6.4 Frå solenergi til mekaniske prosessar

The idea of a tree (2008–) er eit prosjekt av designstudioet mischer'traxler, som kombinerer naturleg energi, solljos, med ein mekanisk prosess. mischer'traxler består av Katharina Mischer og Thomas Traxler, som utviklar og designar produkt, møblar, prosessar og installasjonar.

The idea of a tree er ein maskin som fungerer slik: Eit solcelle-panel tar imot solenergi, og omgjer dette

til energi som styrer ein maskin, som igjen produserer eit produkt. Denne maskinen består blant anna av tråd, ei eining med farge, eit basseng med lim, ei plattform som rører på seg, og eit stativ som roterer. Når sola treff solcelle-panelet, vil det starte maskinen som byrjar å snurra tråd, som først blir dratt gjennom farge og lim, kring stativet. Prosessen er avhengig av kor sterk sola er og kor lenge det er sol den dagen, kor mykje skyer det er, osb. Det vil seie at om sommaren vil ein få eit langt produkt, medan ein om vinteren får ein eit kortare produkt.



the idea of a tree, av designstudioet mischer'traxler.

Kor mykje energi maskinen får påverkar kor raskt tråden blir dratt gjennom farge og lim og snurra kring stativet, og dermed vil kor tjukt produktet blir eller kor sterk fargen er varierer alt etter korleis vêret er den dagen.

Sjølve maskinen opplevast ganske mekanisk – det er ingenting i den visuelle framstillinga av maskinen ein opplever at prøver å framstille den som noko anna enn det den er. Den framstår ærleg, maskinen er nøyaktig kva du ser. Dette gjer at den prosessen som skjer, frå solljos til energi til produkt, blir så synleg som den kan vere. Då maskinen består av relativt få komponentar bidrar også dette til at den framstår meir naken. Det er tydeleg at at skaparane av maskinen stoler på at den prosessen som skjer er interessant nok, og at den ikkje treng ekstra element for å framstå som meir spanande.

Som sagt transformerer maskinen naturleg energi til eit produkt. Me bruker jo allereie naturleg ressursar som sol, vind eller vatn til å produsere energi som me kan bruke til dømes i heimane våre, men i dette prosjektet blir energien gjort meir synleg. Då maskinen sin oppførsel er avhengig av vêret, vil kvart produkt som produserast vere unikt, det vil aldri kunne oppstå eit heilt likt produkt. Kvar ein plasserer maskinen i verda vil også påverke korleis sluttproduktet blir. Det er også interessant korleis ein prosess som ein kan sjå i naturen, blir synleggjort ved hjelp av noko maskinelt, noko me ser på som langt frå naturen. Ved å gjere ein naturleg prosess om til ein mekanisk prosess, oppstår det eit interessant møte.

Det eg finn mest interessant å skulle bringe med inn i eige prosjekt basert på *The idea of a tree*, er transformasjonen og synleggjeringa av noko ein vanlegvis tenker på som usynleg. Denne måten å framstille noko gjer i førsteomgang noko synleg, men ein får også tankar kring kva for andre moglegheitlar som finst. Ein byrjar å tenke på kva for andre produkt ein kan produsere ved hjelp av solljos eller andre energikjelder, ein blir invitert med inn i ei verd der berre eins eigen fantasi avgrensar kva som er mogleg. mischer'traxler sett med prosjektet igang tankerekker hjå publikum, der maskinen får vere utgangspunktet for desse tankerekkene. Måten det heile blir synleggjort på er også tiltalende, då kvart einskild produkt er unikt, i tillegg til å vere visuelt interessant og pent å sjå på.

7.0 KVA FOR DESIGNRETNING HØYRER PROSJEKTET TIL?

7.1 Kritisk design

Det har vore noko krevjande å finne ei nøyaktig plassering av prosjektet. Dette fordi skildringane av dei kategoriane av design eg meiner passar dette prosjektet, overlappar kvarandre noko, samt kategoriane har blitt noko ulikt skildra av ulike kjelder. Eg har likevel valt å skildre mitt prosjekt som eit kritisk design-prosjekt (av engelske critical design), då eg meiner prosjektet har flest fellestrekk med denne retninga. Eg meiner prosjektet mitt har mange fellestrekk med Matt Malpass sin definisjon av kritisk design (2013, s. 341). Malpass var på KHIB førre haust, og haldt ein presentasjon om blant anna kritisk design, då han i doktorgraden sin gjer research på blant anna dette designfeltet. Malpass seier at kritisk design fokuserer på noverande sosiale, kulturelle og etiske implikasjonar av designobjekt og -framgangsmåtar. Han seier vidare at intensjonen med kritisk design er å engasjere publikum sin fantasi og intellekt, og at dei gjennom dette oppfattar designaren sitt budskap. Det er derfor naudsynt at publikum opplever eit dilemma og at det er rom for deira eigne tolkingar. Malpass seier vidare at objekt innanfor kritisk design ofte plasserer seg ein stad mellom verkelegheit og fiksjon. Dei kan verke ekte, men det er noko som ikkje stemmer. Det er grenser som er anten kryssa over overdrivne, slik at objektet samstundes opplevast som framand.

Medan Matt Malpass skildrar spekulativ design som ein designretning der ein fokuserer hovudsakleg på vitskap (s. 338), tolkar eg Anthony Dunne og

Fiona Raby i boka *Speculative Everything* (2013) som at dei skildrar spekulativ design som eit overordna omgrep for fleire retningar innanfor fiktiv design. Om det ikkje er det dei har meint, meiner eg likevel det er fruktbart å gjere nytte deler av det dei skriv om spekulativ design, då eg meiner det er relevant for prosjektet. Ifølgje Dunne og Raby er ikkje spekulativ design berre eit verktøy for å skape ting, men idéar. Medan ein ofte i design jobbar med å løyse eit problem, har spekulativ design ein annan strategi. Dunne og Raby (s. 160) seier at spekulativ design kan indikere og gi form til idéar og tankar kring alle verdener som vår verd kunne ha vore. Framfor å vere ein problemløysar, jobbar ein med å adressere verdiar og etikk. Ein prøver heller ikkje å spå nokon framtid, men brukar design som eit verktøy for å opne opp for moglegheiter som kan diskuteras. Det treng heller ikkje å vere framtidretta, det kan også vere til dømes ei parallell verd, eller ein annan stad. Dunne og Raby (s. 47) seier også at ein kan bruke spekulativ design til å designe debatt om eventuelle etiske, kulturelle og sosiale konsekvensar. I debatten kan ein til dømes diskutere kva for framtid me vil ha, og også kva for framtid me ikkje vil ha.

7.2 Kor nært skal ein leggje seg til verkelegheita?

Eg meiner det Malpass seier om at i kritisk design plasserer objekta seg ein stad mellom verkelegheit og fiksjon, er viktig. I den tida ein trur eller lurar på om objektet er ekte, trur eg ein vil stille seg dei mest interessante spørsmåla. Det ein umiddelbart skjønar at er fiksjon, kan ein avskrive som fiktivt og sleppe å ta stilling til. Når ein tenker at noko er reelt, vil ein i større grad tenke gjennom konsekven-

sane. Det som er krevjande med å skulle plassere seg ein stad mellom verkelegheit og fiksjon, er at det kan vere vanskeleg å vere truverdig nok, men samstundes dra det nok mot det fiktive til at ein etter ei stund tenker at objektet truleg er fiktivt. Denne balansegangen er noko eg ynskjer å oppnå i dette prosjektet, sjølv om det vil vere utfordrande å få til.

7.3 Kan prosjektet ha ein påverknad?

Anthony Dunne og Fiona Raby skriv i *Speculative Everything* om det dei kallar «Free Agents» (s. 160-162). Dei seier at korleis me tenker inne i hovuda våre formar verda utanfor. Forandring startar med individa, ein treng å bli introdusert for mange alternativ for å kunne forme ei meining. Om ein følgjer denne tankegangen, kan spekulativ design ta ei sosial eller politisk rolle, då det er mogleg for den å bruke imaginære tankar til å jobbe med store utfordringar.

Eg synest dette er ei interessant tilnærming til publikum, då ein forventar noko av dei. Ein forventar at publikum skal gjere seg opp ei meining

og også vere aktive i prosjektet. Det blir forventa av publikummet at dei er individ i stand til å sjølv dra slutningar, stille nye spørsmål ved det dei ser, og å dra idéar vidare. Det er også ein fin tanke at individa kan påverke korleis verda utanfor kvar enkelt ser ut, dette trur eg er eit viktig poeng. Alle endringar, tankar og idéar må byrje med eit eller fleire individ, for at det vidare skal kunne ta form på ei kollektivt nivå.

7.4 Kva er kritikken av kritisk design?

Blant dei som kritiserer kritisk design er Rolf Hughes og Ronald Jones (2011, s. 53-54), som meiner at kritisk design er lite nyttig, då det ikkje nødvendigvis endrar noko. Jones seier at designarar heller bør lage arbeid som direkte vil påverke utfordringane ein ynskjer å kaste ljøs over, då kritisk design manglar metodane til å oppnå noko anna enn å auke folk sin medvit.

Då ein ofte tenker på design som problemløysing, skjønar eg at denne tankerekka dukkar opp. Men slik eg ser det snevrrar denne måten å tenke kring design inn kva design får lov til å vere. Det er med på å innskrenke framfor å utvikle og utforske korleis faget kan brukast. Og å seie at ein heller bør lage design som har ein direkte påverknad framfor å auke folk sin medvit, synst eg er ein noko merkverdig argumentasjon. At nokon lagar kritisk design gjer ikkje at det ikkje blir produsert design som har direkte påverknad, og korfor skal ikkje design få fylle fleire roller? Er det berre plass til ein måte å tenke design på? Dette er også ein argumentasjon eg meiner mange andre fagfelt ikkje blir møtt med. Forlanger ein at arbeidet til journalistar, kunstnarar eller andre fag skal ha ein direkte påverknad, elles

er ikkje arbeida deira gode nok? At design tradisjonelt har fylt ei rolle som problemløysar betyr ikkje at dette er den einaste rette måten å bruke faget på. Eg ynskjer ikkje å kritisere å tenke design som problemløysing, eg meiner det er ei viktig rolle, men meiner det må vere rom for fleire måtar å bruke faget på enn berre denne eine måten.

8.0 KVA ER MI ROLLE I PROSJEKTET?

Å definere rolla mi i prosjektet er noko krevjande. Dette fordi eg gjennom prosjektet er innom mange ulike roller, og eg finn det vanskeleg å seie at den eine rolla er meir viktig enn ei annan. Eg tar for meg eit tema som eg ynskjer å kaste ljós over, og eg ynskjer å skape refleksjon. Samstundes lagar eg eit produkt med tilhøyrande identitet. Ein kan seie at eg fyller ei meir tradisjonell designrolle når eg utformar produktet og identiteten, eg er innom både visuell kommunikasjon og produktdesign. Samstundes er eg også ein slags kommentator, eg ynskjer å kommentere korleis me forhold oss til aggresjon. Kva for rolle eg har hatt gjennom prosjektet har vore avhengig av kor i prosessen eg har vore.

9.0 DESIGNSTRATEGI

9.1 Kva er sluttproduktet?

For å kunne skildre designstrategien så godt som mogleg, presenterer eg her ei skildring av sluttproduktet. Prosessen mot det endelege produktet er skildra under «10.0 Korleis kom eg fram til sluttproduktet?» (s. 24)

Hovudproduktet er eit lite egg, som kan minne om ein stressball. Når ein blir sint, kan ein ta fram egget, og kneppe på det. Egget vil då sende ut feromoner som gjer at du blir roleg. Samstundes produserer også egget energi når du knepper på det, som kan overførast til andre produkt. Slik produserer du energi ved hjelp av eigen aggresjon, du kan seie at aggresjonen tar ei ny form og fungerer som energikjelde.

For at produktet skal framstå så truverdig som mogleg, vil eg nærme meg strategi for blant anna visuell identitet på same måte som eg ville ha gjort om det faktisk var ein merkevare som ville produsere og selje dette produktet.

9.2 Kven er målgruppa?

Eg tar utgangspunkt i researchen eg har gjort kring aggresjon, og meiner at unge kvinner vil vere mest føremålstenleg å ha som målgruppe. Sjølv om eg har diskutert at også andre utanfor denne gruppa truleg opplev same problematikken som jenter/unge kvinner («4.3 Frå sint til flink?», s. 10), er det likevel hovudsakleg denne gruppa eg har gjort mest research på og har involvert mest i prosjektet. Produktet vil også vere interessant for personar med

interesse for teknologi og miljø, eller som har eit ynskje om sjølvkontroll.

9.3 Korleis posisjonere produktet?

Det kan vere nyttig å sjå på faktorar ein anser som anten ein moglegheit eller trugsel. Om faktoren er nettopp dette, vil vere avhengig av korleis ein presenterer produktet. Eg kan henge produktet på allereie eksisterande trendar som miljø og teknologi. Ein kan argumentere at produktet er miljøvenleg, då ein brukar seg sjølv som energikjelde. Det er også eit produkt basert på teknologi, då produktet er avhengig av dette både for å skilje ut feromon og å produsere energi. Å henge produktet på desse trendane gjer at det framstår som moderne og aktuelt. Trendar som kan slå begge vegar er til dømes fokuset på helse og individualisme. Ein kan seie

at det er sunt med balanse, men samstundes argumentere at det er usunt å undertrykke kjensler. Ein kan seie at ein får forme sin eigen personlegdom, at det derfor handlar om individualisme, men ein kan samstundes argumentere at ein blir likare kvarandre om ein i mindre grad viser kjensler som sinne.

9.4 Kva ynskjer eg å kommunisere?

Eg har tatt utgangspunkt i fem kjerneomgrep som skal formidle produktet. Desse er balanse (jamvekt), kontroll, omskaping (rørsle), samspel og aktuell. Balanse og kontroll fordi ein ved å bruke produktet skal oppnå nettopp dette, balanse og kontroll. Ein kan kontrollere eigen aggresjon, noko som igjen gjer ein meir balansert. Omskaping og samspel fordi ein omformar ein type energi til ein annan, og ein spelar på lag med ytre faktorar som natur (det er miljøvenleg) og indre faktorar som kropp og sjel (ein oppnår indre ro). Aktuell fordi det er viktig at produktet framstår som nettopp det, moderne og aktuelt.

9.5 Korleis formidle kjerneomgrepa visuelt?

Ulike delar av den visuelle identiteten vil spegle dei ulike kjerneomgrep. Eg deler den visuelle identiteten inn i produkt, packaging, logo/typografi og andre visuelle element.

Balanse visualisert kan ein sjå for seg at er symmetrisk, lett og behageleg. Dette speglast i produktet. Eit egg, om ein held det rett opp og ned, vil uansett korleis ein snur det rundt vere symmetrisk. Det er ei form som kjennest behageleg å halde kring, det er utan kantar og også ei form ein kjenner igjen. I packaging tar eg utgangspunkt i aktuell, produk-

tet skal framstå som moderne og miljøvenleg, og og det er derfor viktig at pakningen av produktet ikkje framstår som overdriven (til dømes mykje unaudsynt emballasje), men heller minimalistisk og praktisk.

Logo/typografi viser kontrollaspektet. Det skal framstå som stramt og tungt. Det blir ein motsetnad til dei andre visuelle aspekta, som skal vise omskaping og samspel. Dei visuelle elementa vil vere dynamiske, og opplevast som meir leikne og i flyt. Også for å rette seg mot målgruppa og framstå aktuelle, vil dei vere sterke i fargane.

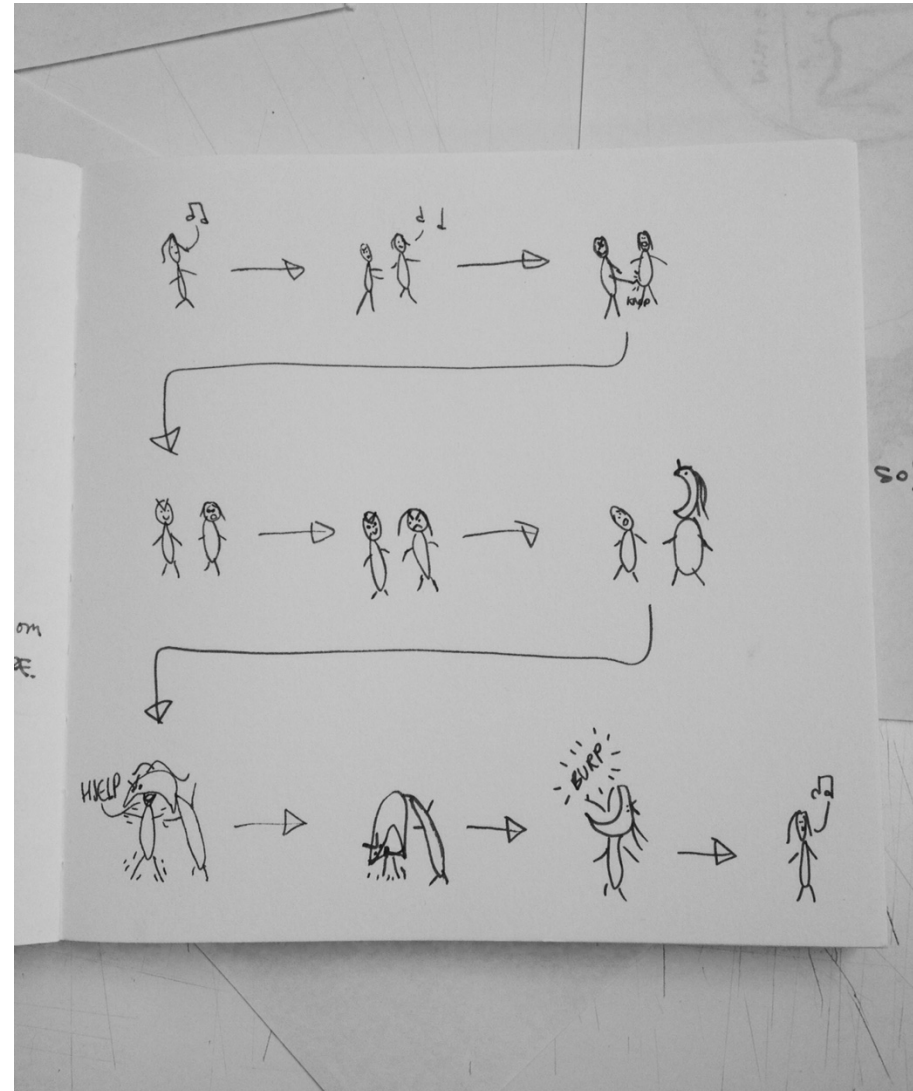
9.6 Kor skal produktet marknadsførast?

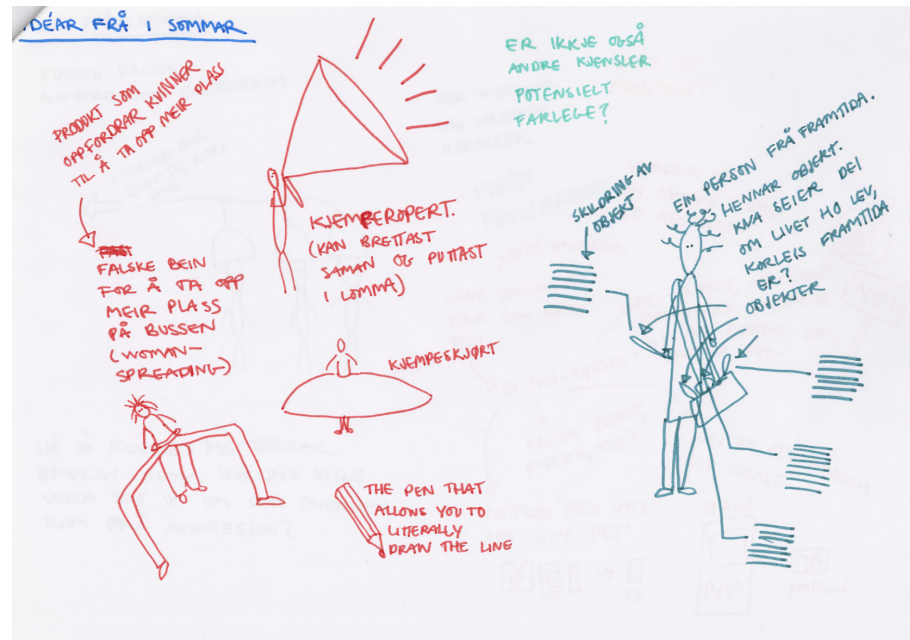
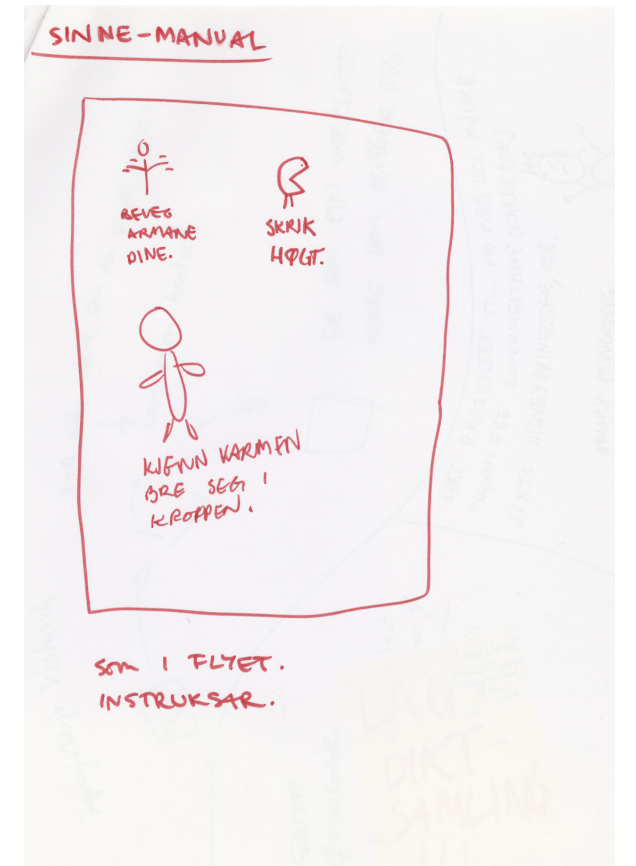
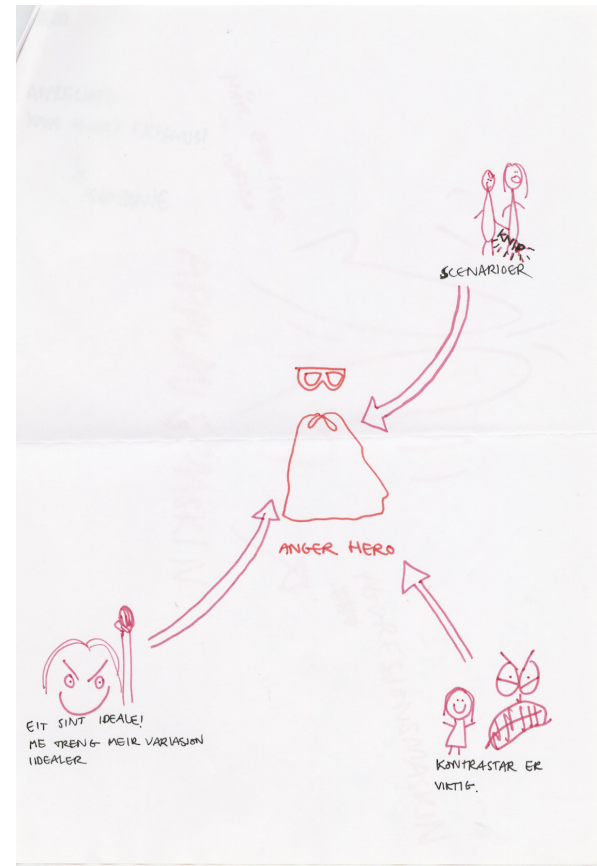
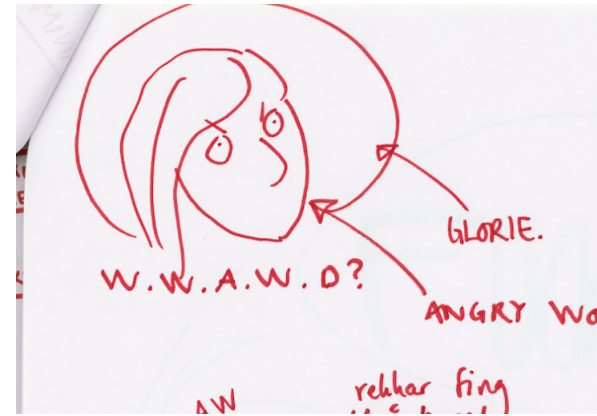
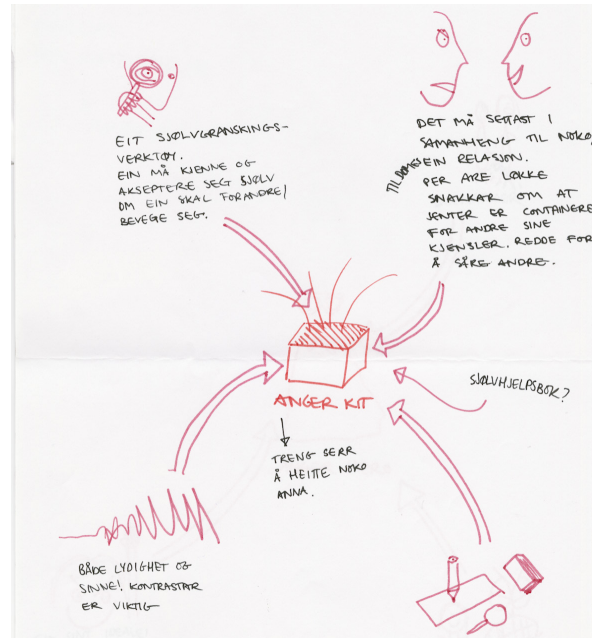
For at produktet skal nå ut, er det viktig å velje ein stad å marknadsføre produktet der det er lett tilgjengeleg for målgruppa. Då målgruppa er ung, meiner eg det er føremålstenleg å tenke på korleis ein kan bruke sosiale media. Og då eg ynskjer ein visuell framstilling, er nettstader der ein lett kan vere visuell mest føremålstenleg, som facebook og instagram. På desse to media er det mogleg både å ha eigen nettside der ein kan samle likes, legge ut video og bilete, halde konkurransar og anna, samstundes er det også stader der ein allereie er vand til å sjå annonser for ulike produkt.

10.0 KORLEIS KOM EG FRAM TIL SLUTTPRODUKTET?

10.1 Tidlege idéar, skisser og utprøvingar

Då eg byrja å jobbe på prosjektet for nesten to år sidan, var prosjektet stort og opent. Eg hadde derfor ganske spreidde utprøvingar og idéar i byrjinga av prosessen. Blant anna laga eg ulike skjema eg ba folk fylle ut, der dei skulle visualisere eige sinne. Eg samla også inn visuelt materiale ved å dele ut eingongskamera til ei rekke unge kvinner, og ba dei ta bilete av situasjonar dei blei sinte i. Mange utprøvingar gjekk også ut på kontroll versus å ikkje ha kontroll, då eg meinte dette var relatert til temaet. Eg laga derfor ei rekke blindteikningar og fleire måleri der eg tidvis hadde kontroll, og tidvis hadde avgrensa med kontroll. Andre utprøvingar var innsamlingar av sinte historier, innsamling av assosiasjonar til sinne som blei visualisert, eit hefte der eg registrerte kvar gong eg blei sint, postkort frå ein fiktiv karakter kalla «Little Miss Who-Gives-A-Fuck», sinte førebilete (ei samling etiketter på facebook med sinte lemen og ei rekke sinte stein), ein sinnemaskin, pop up-kort, samt ei samling av sinte ansiktsuttrykk og positurar.





ANGER CLUB

RULES:

ANIMASJONSSERIE.

ANGRY KIT

UTLØP

ER DET BØRET FRÅ
DET SJØLV.

WAGE EIMEN
PROFILØ

KETORIKK.

SINTE
ANGBRYN
SINTE
KLEDE.

IDEAR FRÅ I SOMMAR

BANNEKURS FOR KVINNER.

FYFAEN

FIKTIV STAT SOM
SENDER UT INFORMASJON
OM AGGRESJON.

INSTRUKSAR

BOX

DOKUMENTER DENNE
VERDA.

BRASSYRE

ENDRING I KVINNER SIJ
SPRÅK. SLUTTE Å
UNNSKYLDE SEG, IKKJE
TÅLE Å BU AVBRUIT

EIN STAD DER
SLIKE ORD IKKJE
FINST.

STRYKE UT ALE
UNAVDSYNTE ORD

EG TENKTE AT
KANSKE, HÅ...

HOFLEG (WORDTEG
#USKIKKELEG & FREKK
TYPOGRAFI.
FONT (SEM-TYPOGRAFI) SOM
ER FREKK, TAR PÅSS,
MARKERER SELV, OSB.

EIN HYLLEST
AGGRESJON.
(INSPIRASJON:
AN ODE TO
DOUBT)
SONG, IDENTITET
ALBUM, OSB.

ER DET EIN
TYPOGRAFERIJA/
FIKTIV
SUBKULTUR
SOM STRÅ
SAR?

FONT SOM SLETTAR/STRYK
OVER UNNSKYLDANDE ORD.
EXCUSE ME FONT.

FIKTIVE/PARALLELE VERDENAR/SAMFUNN

LIGNNOM EI SLIK VERD KAN EIN DISKUTERE
POSITIVE/NEGATIVE ASPEKTER VED Å VERE SINT.

EIN PLANET

EIN BY

EI ØY

KLUBB

ANGER CLUB

SEME OPP EI REKKE REGULAR/SYSTEM/PERSONLEGHETER
FOR DENNE VERDA/SAMFUNNET.

PROJECTING FACES.

INVITING THE AUDIENCE TO TAKE PART.

PROJECT ON
OBJECT?

PROJECTION

EITHER HAVE
DIFFERENT
ILLUSTRATION
ROLLING/
CYCLING, OR
MAKE AN
ANIMATION.

IDEAR FRÅ I SOMMAR

SKAPE MYTER
KRING AGGRESJON

kan aggresjon gjere
nimen din større?

få deg til å
springe raskeare?

avis

anvende-
teknikk

LAGE PRODUKT
SOM SKILDRAR EI ANNA
VERD.

SEMIOTIKK

UNUSELESS
JAPANESE
PRODUCTS

KVA KAN AGGRESJON
VERE?
(inspired av Toni Ma)
Tar for gitt at det er
no negativt → er
det til positivt

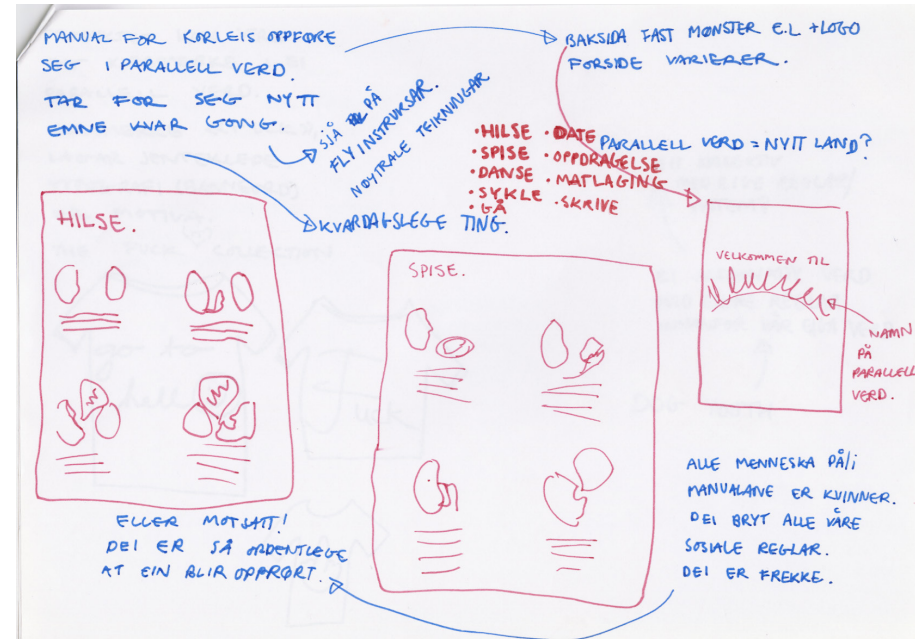
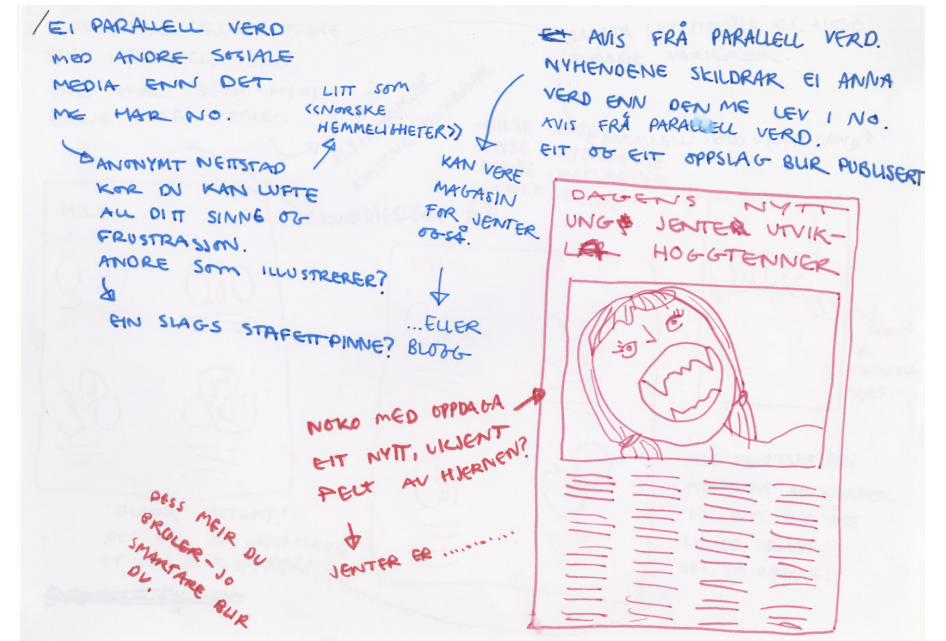
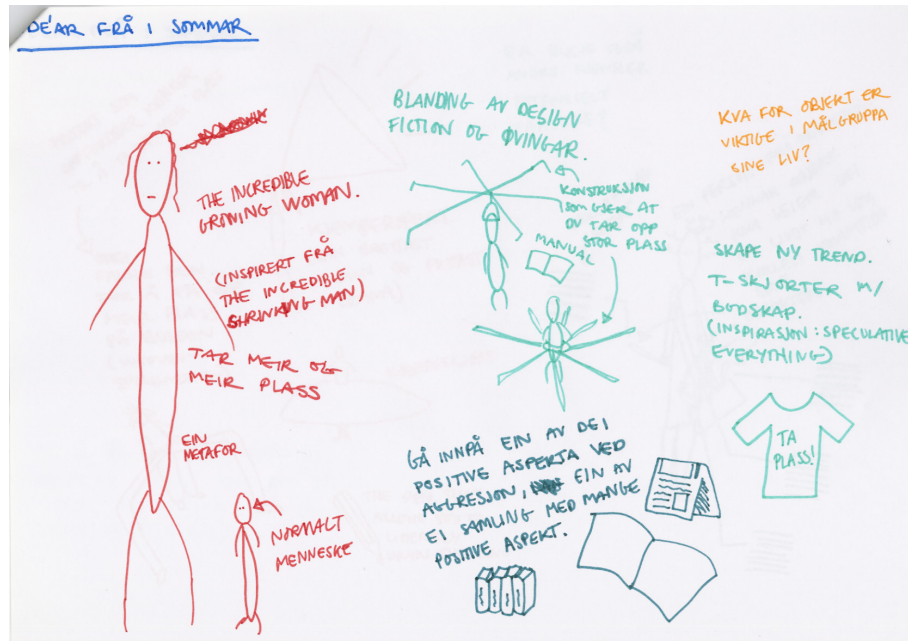
gjir energi til
å propell

FLY

produsere
strøm

WUTNYTTA RESSURS!
POTENSIALE!

MÅLKURPE:
OBSERVASJON:
EIN PERSON ER ENNOM
FOLKENE I EIGER HEBBET TIL
1/2-1 ØYER. LEGER HEBBET TIL
ØYER ER PERSONEN BAKENET
OBSERVERER FORHOLD SELV TIL
KARAKTERISERER TIL, OSB.



LAG SKJEMA TIL Å FYLLE UT NÅR DU BLIR SINT.

SINT STRATEGISKE SENSIBELHET

NÅR OPPTOD MENINGSDA?:

KVA SKJEDDE?:

DESIGNE FOR ULKE FIKTIVE SINTE SAMFUNN. UTOPIA/DYSTOPIA, ALT ETTER SOM. INTERVJU EKSPERT FOR Å FINNE UT KVA FOR SAMFUNN SOM ER INTERESSANTE.



PROPAGANDA-POSTERS



TENK NORSK KONSTRUKTIVISME

FIKTIVT BÅND

LAG LOVER, LOBIO, SAMVETKSTAR OSB. KARAKTERANE ER FIKTIVE, SOM I DAFT PUNK



«TØFFE DAMER GRINER OGSÅ»

LAG EI REKKE SLAGORD. BRUK ILLOU+TYPO.

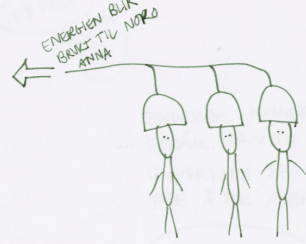


T-SKJORTER M/ BODSKAP.



IDEAR FRÅ I SOMMAR

FUTURE FACTORY AGGRESSION ER ENERGI



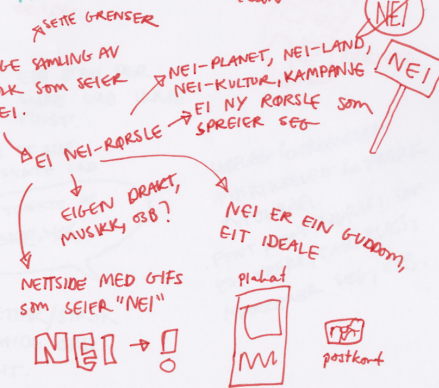
SJÅ PÅ KORLEIS ME BRUKAR ENERGI I DAG. KORLEIS VILLE VERDA SEIT UT OM DEN ENERGIEN KOM FRÅ AGGRESSION?

LAGE EIT MANIFEST?

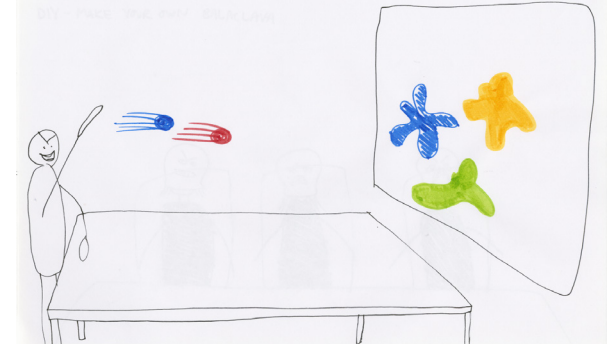
MISS UNIVERIUM. LAG LIKNANDE KARAKTER

FIKTIV PROTESTRØRSE

LAGE SAMLING AV FOLK SOM SEIER NEI.



THROWING STUFF.

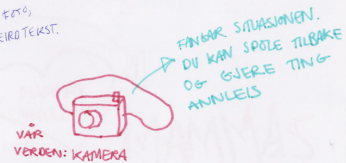


I PARALLELL HAR OBJEKTER SOM SER LIKE UT SOM DEI ME BRUKAR TIL DAGLEG EIN HEILT ANNAN FUNKSJON.

ARTIFACTS FORTEL OM VERDA, GIR EIN SMÅ INNBLEIK UTAN Å FORTELLE ALT. VEKKER NYSGERRIGDOM.

WHAT IF...

FOR TEST: BRUK ALEREIE EKISTERANDE FOTO, MEN SERVI WEIRDTEKST.



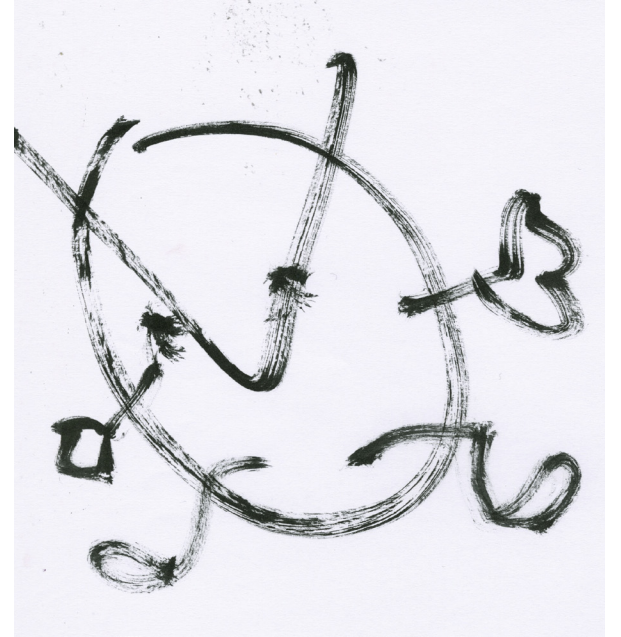
REFLEKTERER KJENSLENE DINE OVER PÅ ANDRE. DU SLEPP Å SEIE NOKO.

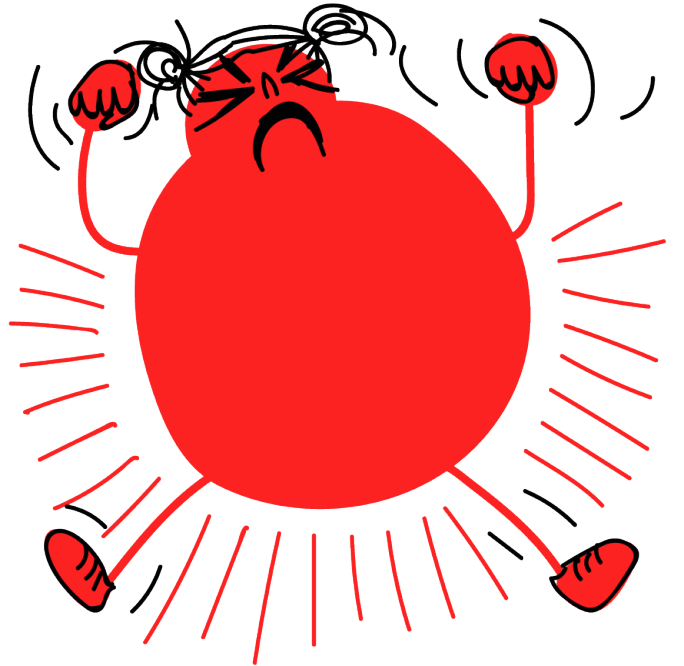
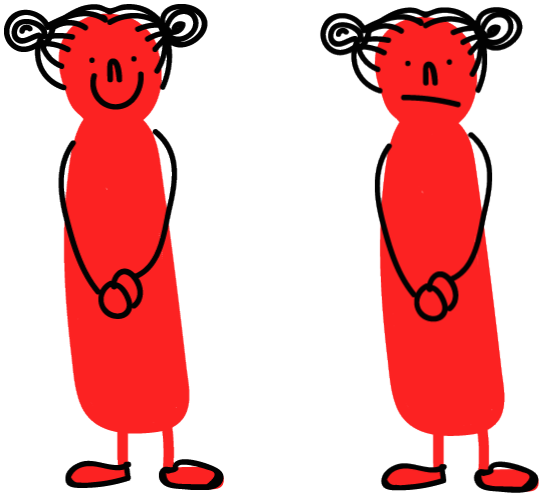


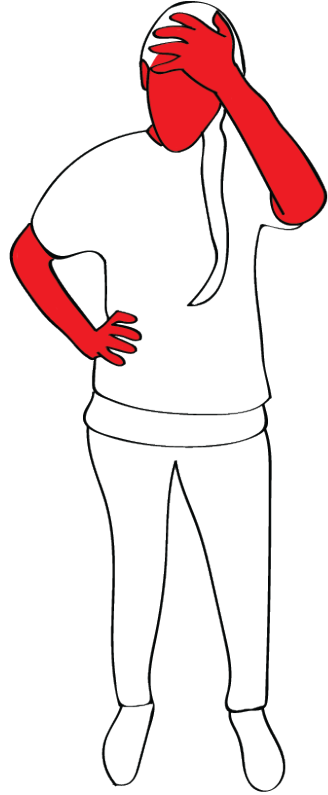
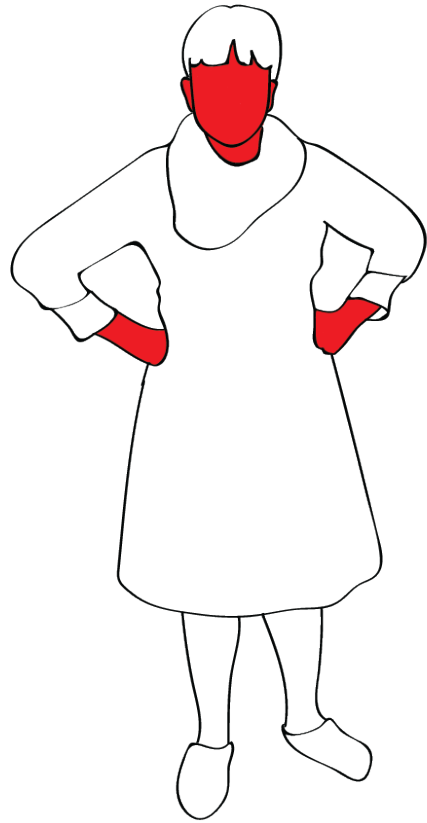
KAN SJÅ GJENNOM VEGGAR. (VISKER KORFOR DETTE ER RELEVANT.)



GJENSTAND DU KASTAR I HANDET PÅ FOLK SOM ER DØST. DEI BLR IKKJE FYSISK SKAD, MEN TAR DET MED SEI, SOM EIN PRIKK PÅ RULLEBLADET.





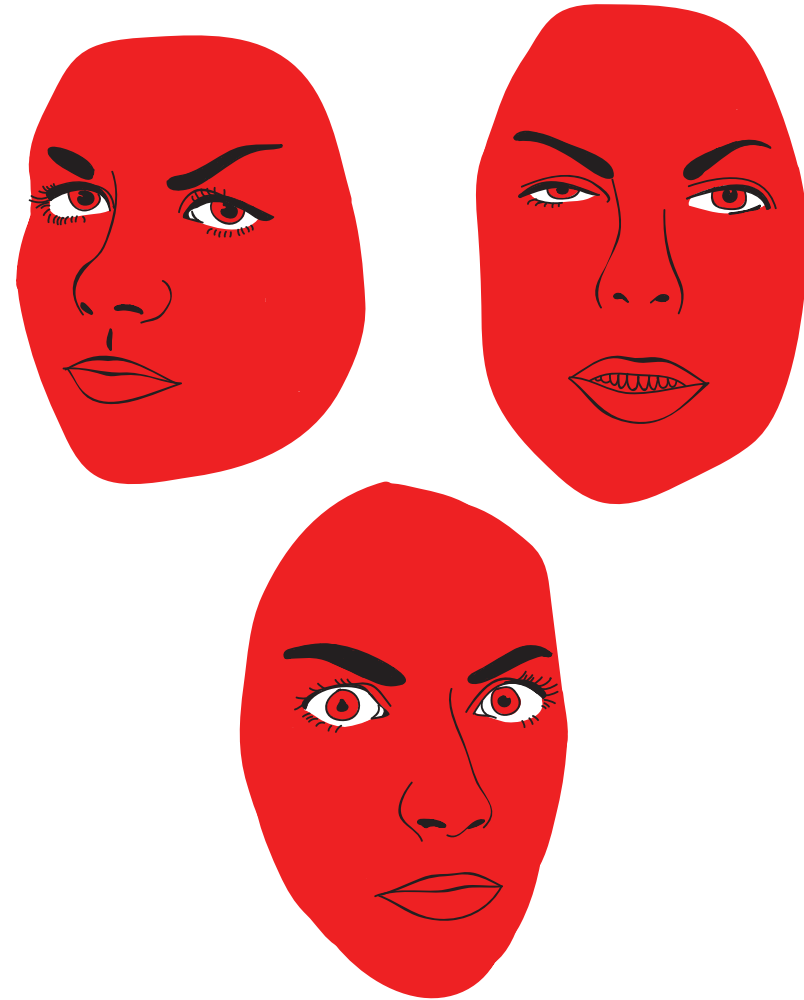




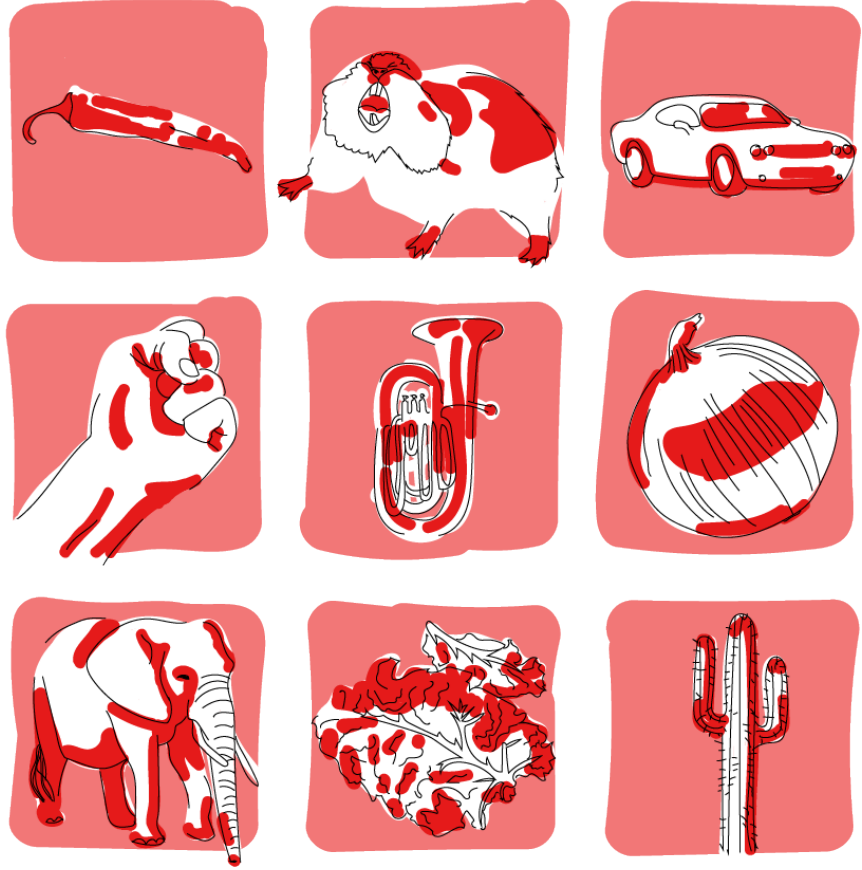
Eg har eit unikt tilbod
til deg...

Men eg er eigentleg
ikkje så interessert i å
bytte mobilabonnement,
så eg trur ikkje me har
så mykje å snakke om.

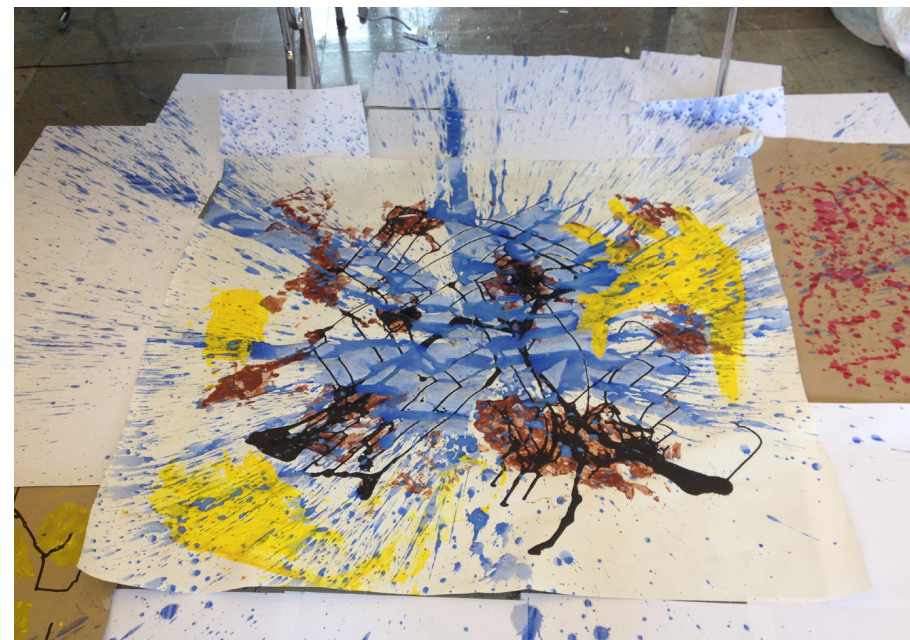
Hade.

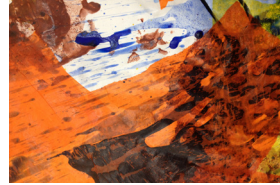


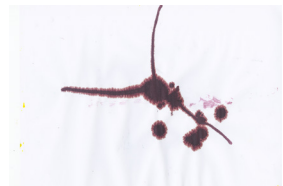
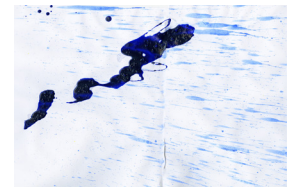
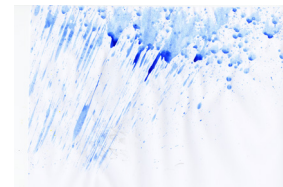
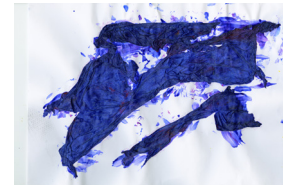
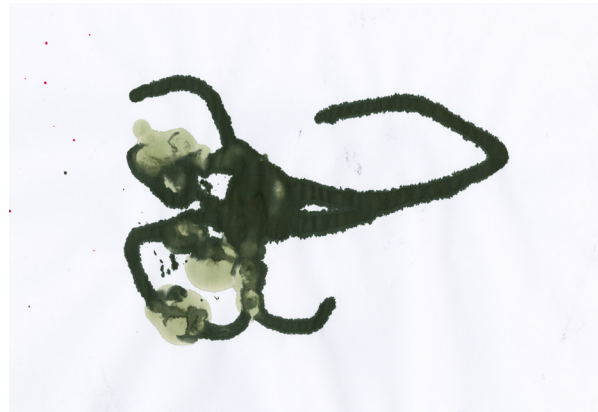
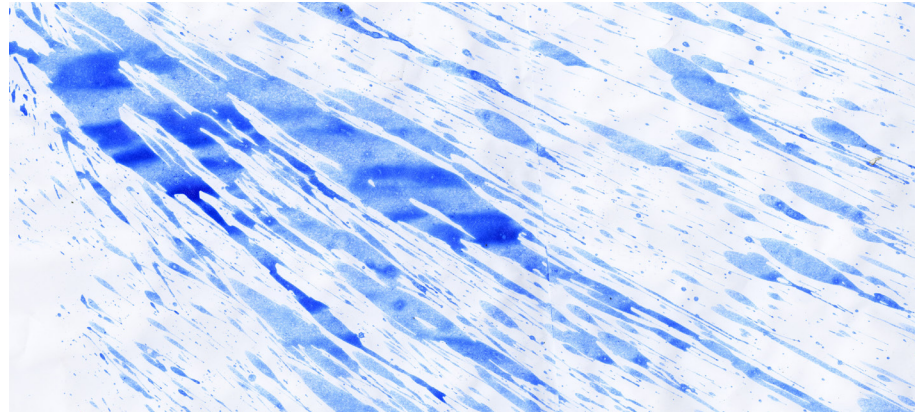
ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ
 ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ
 ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ ۛۛۛۛ

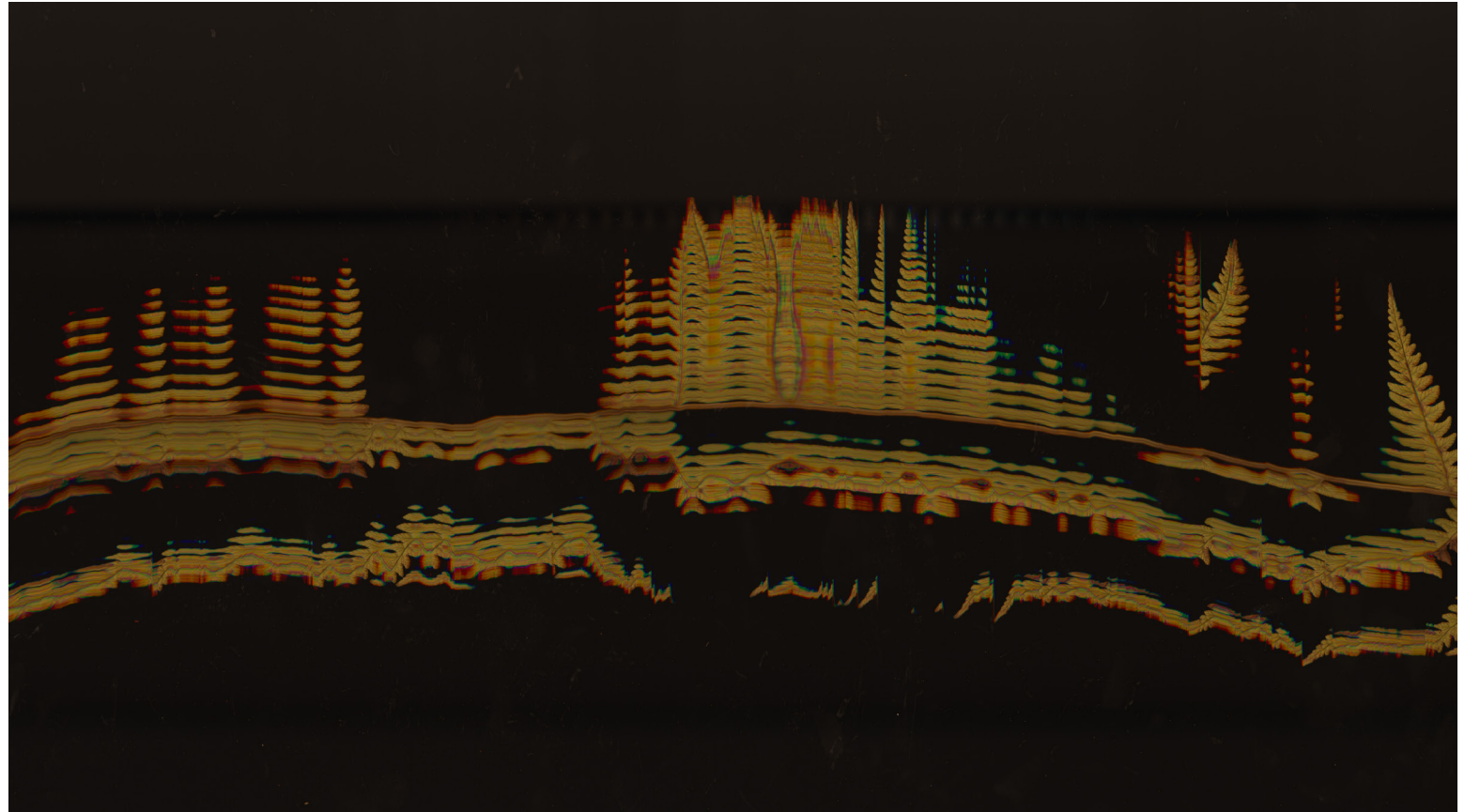
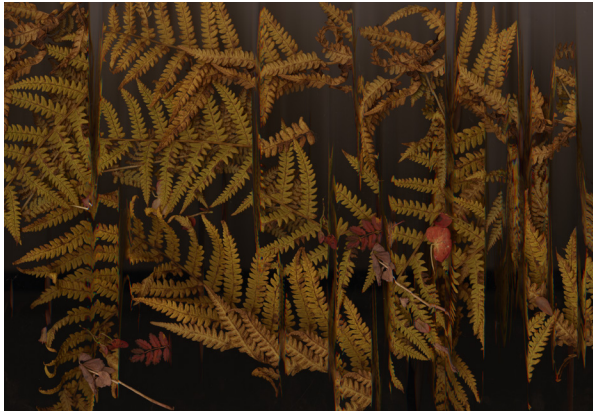
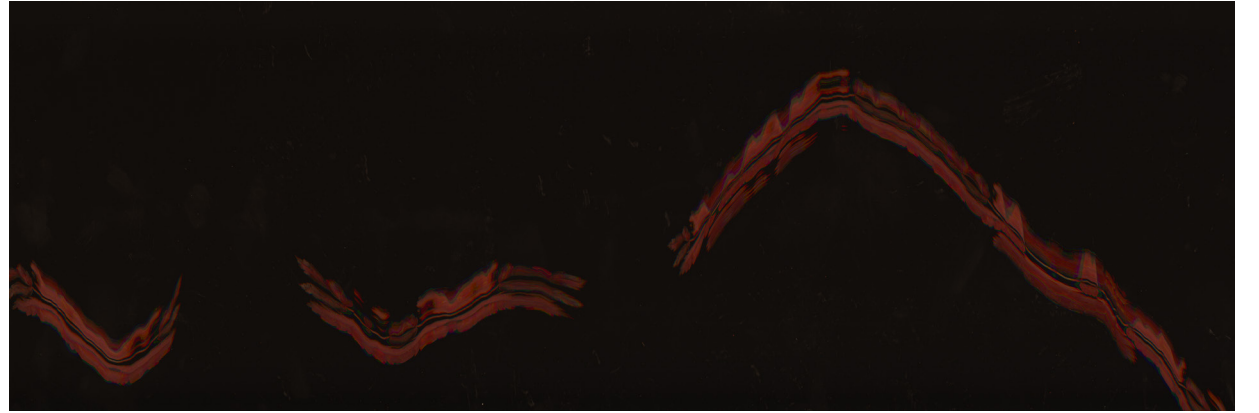
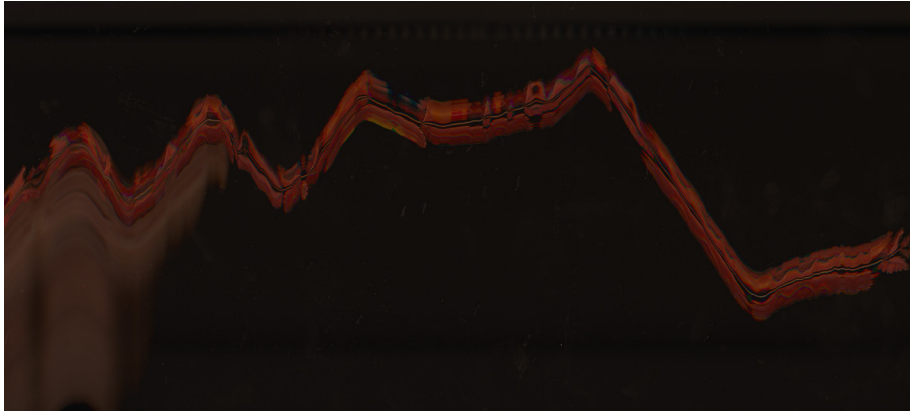


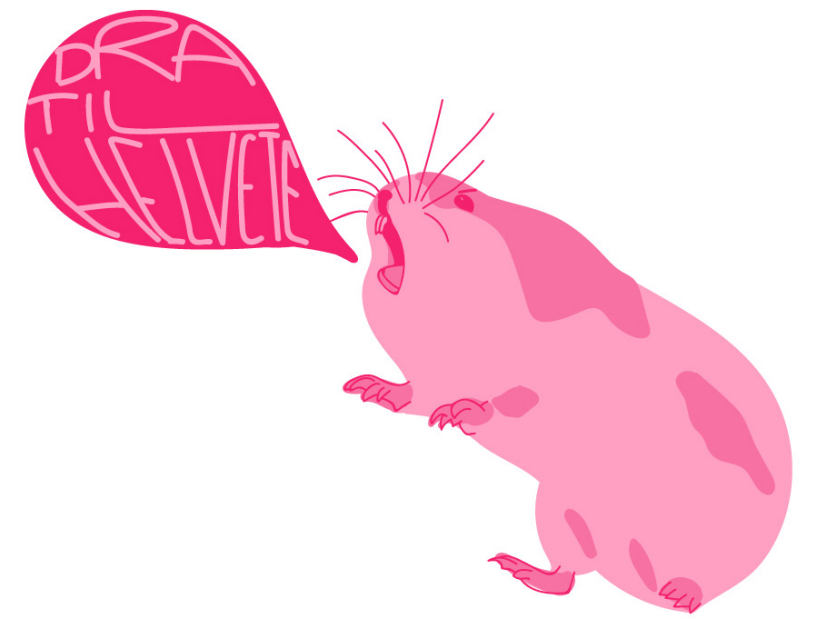


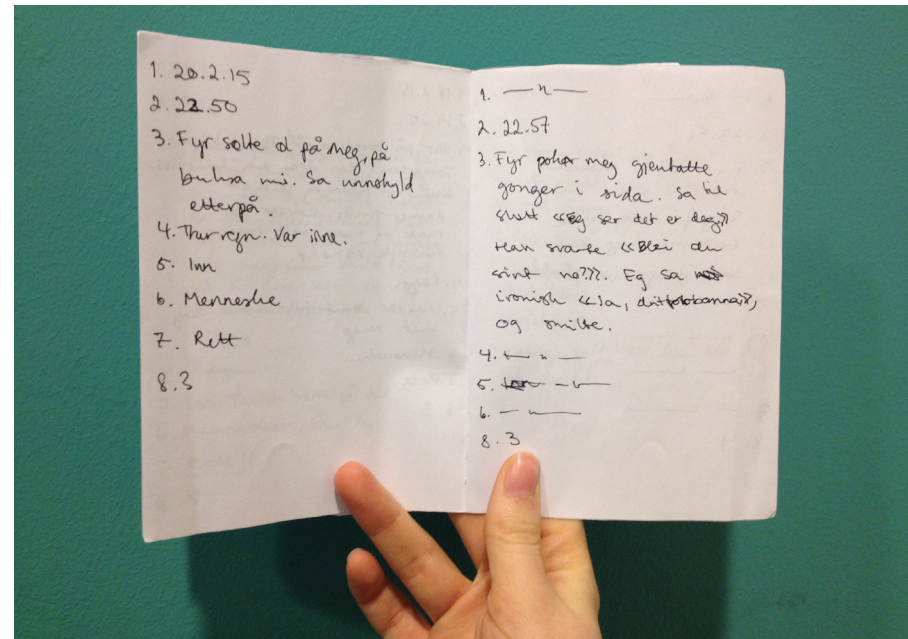
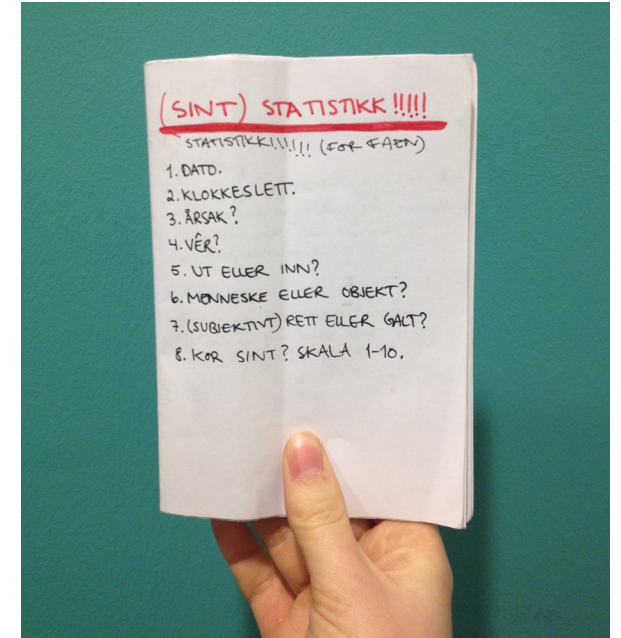




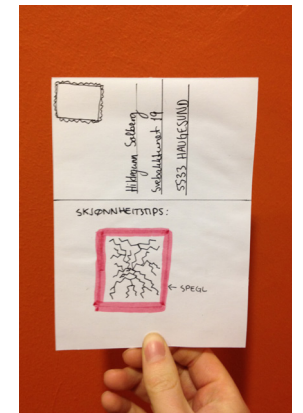
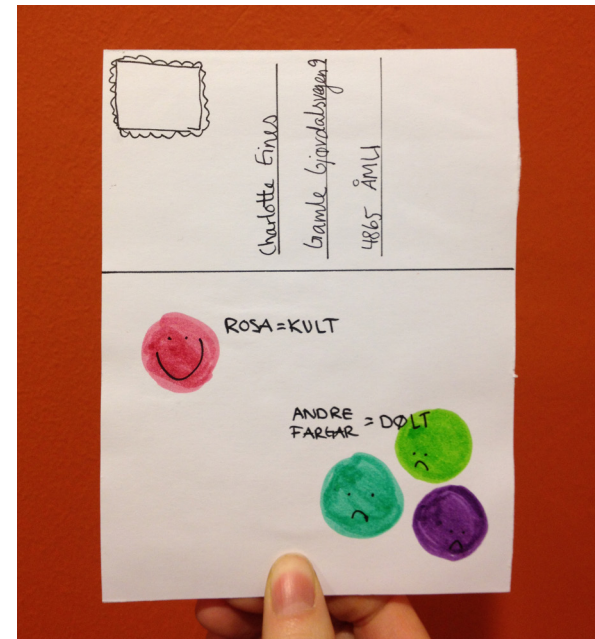
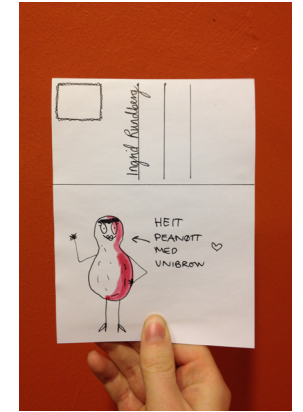


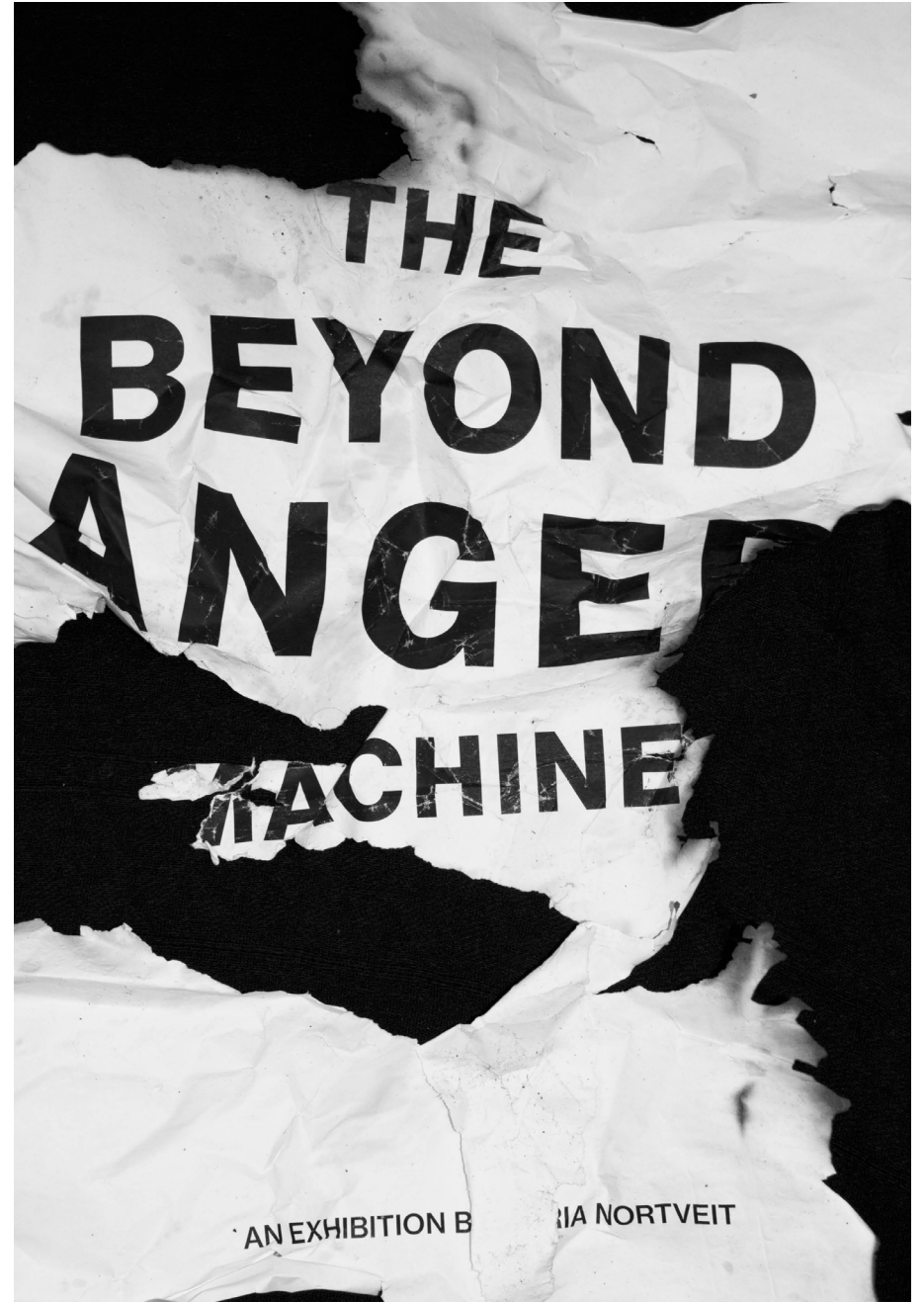
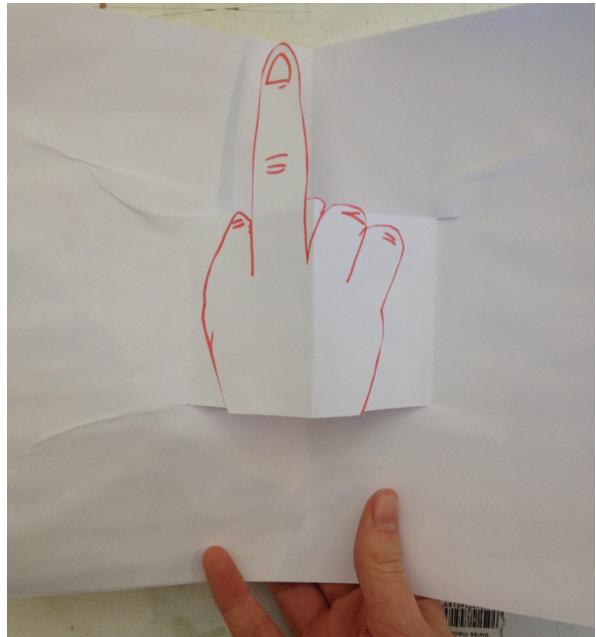
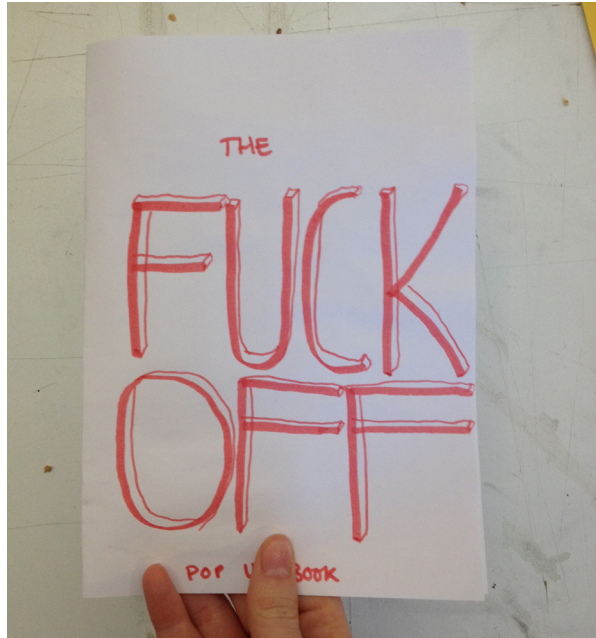


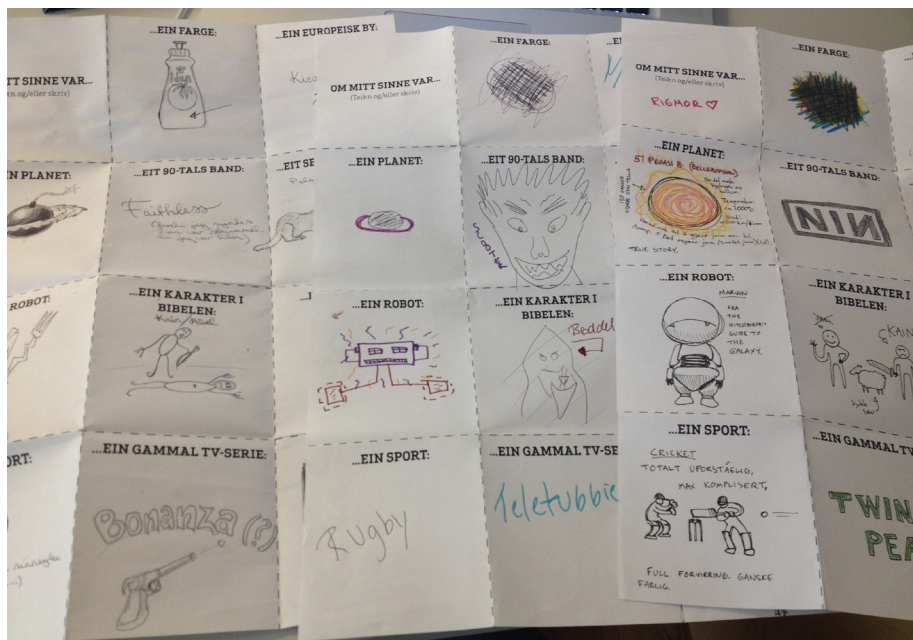




LITTLE MISS WHO GIVES A FUCK





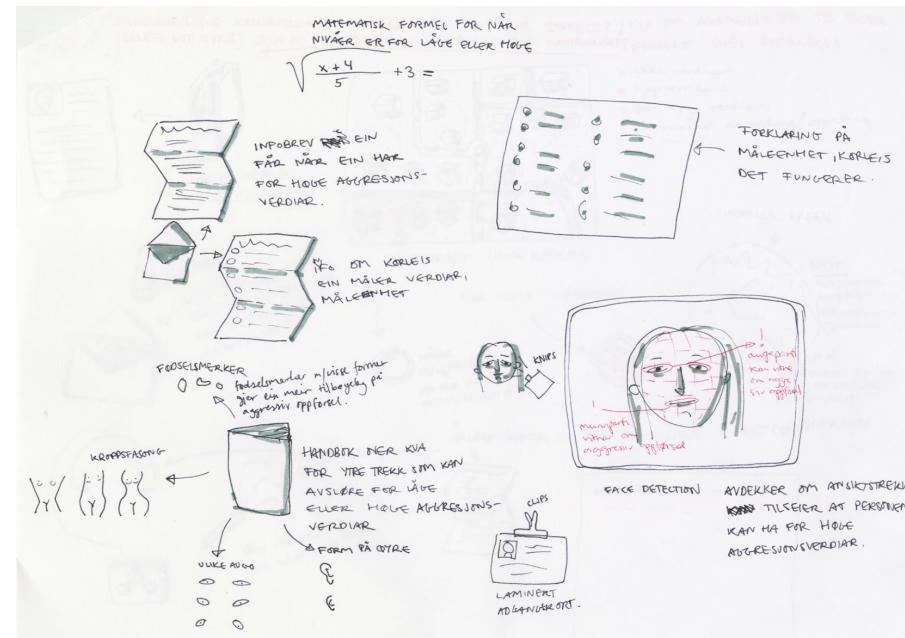
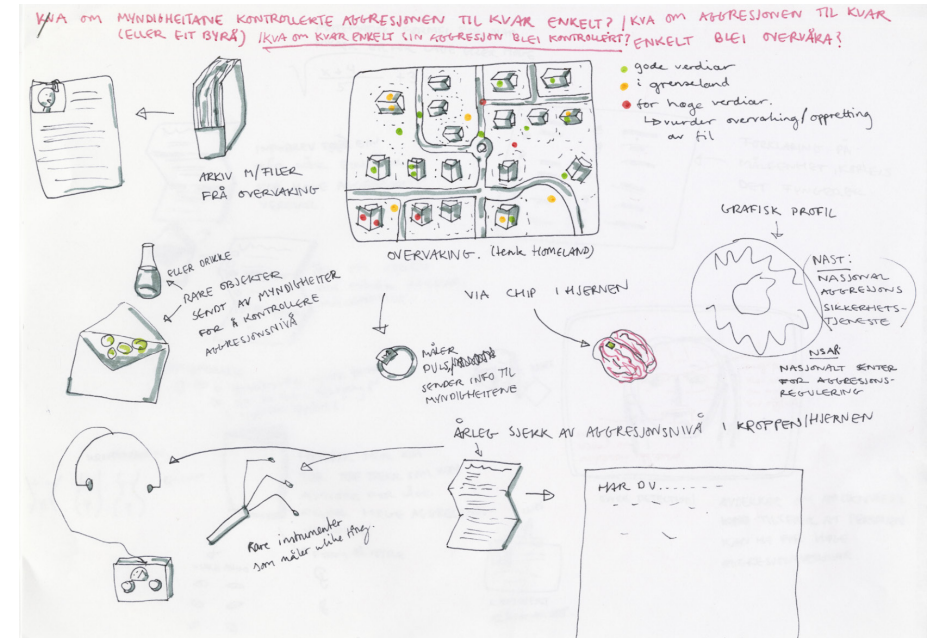


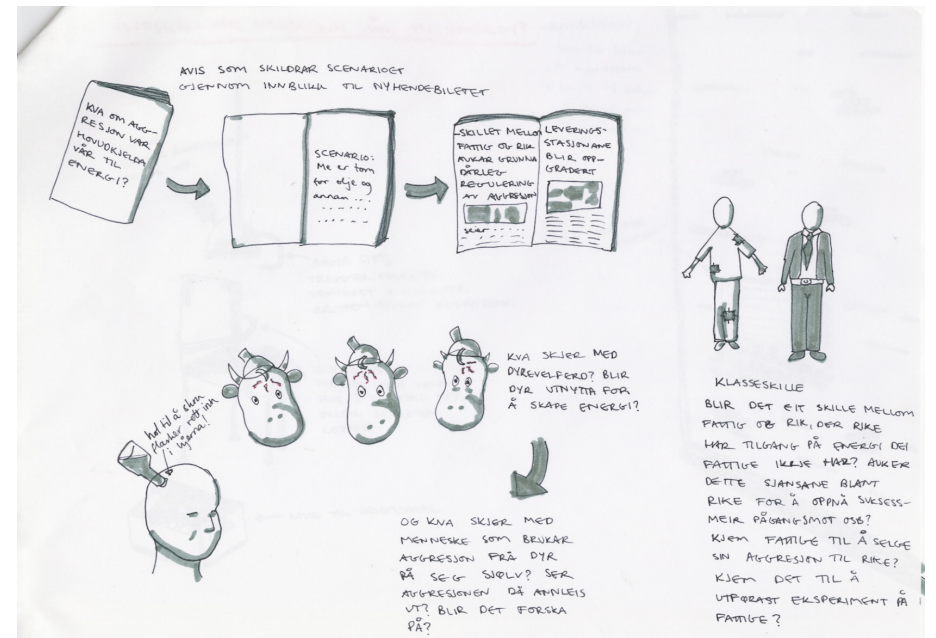
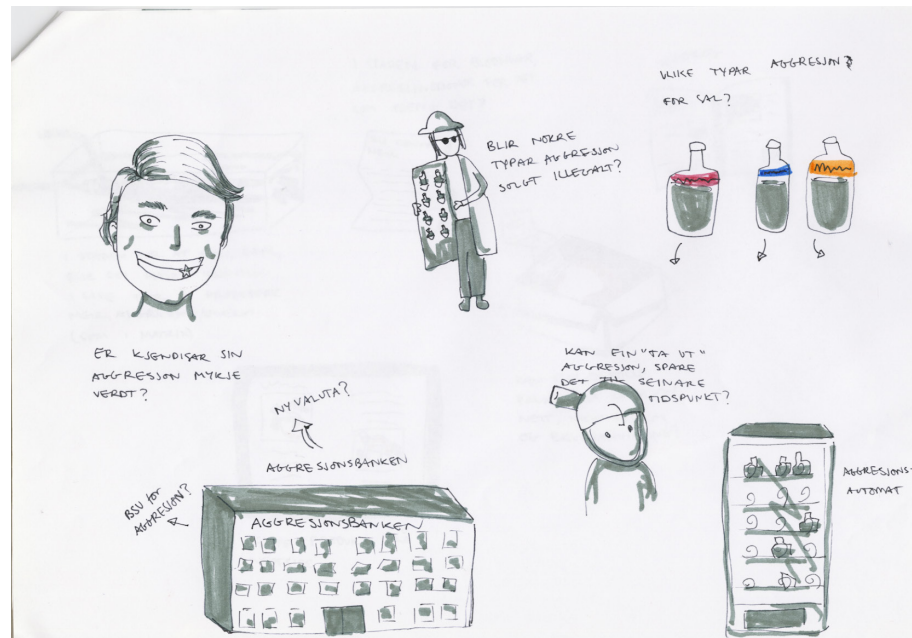
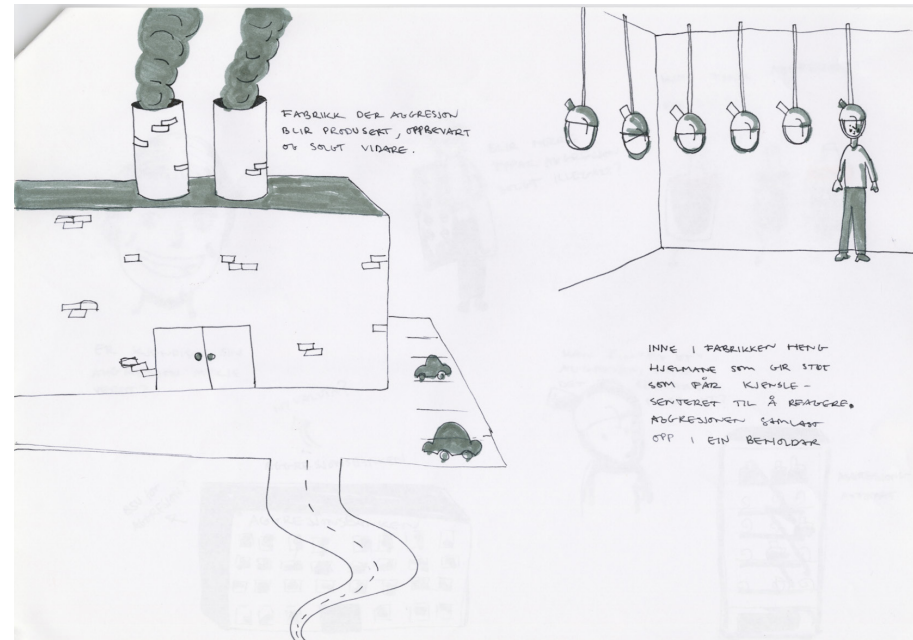
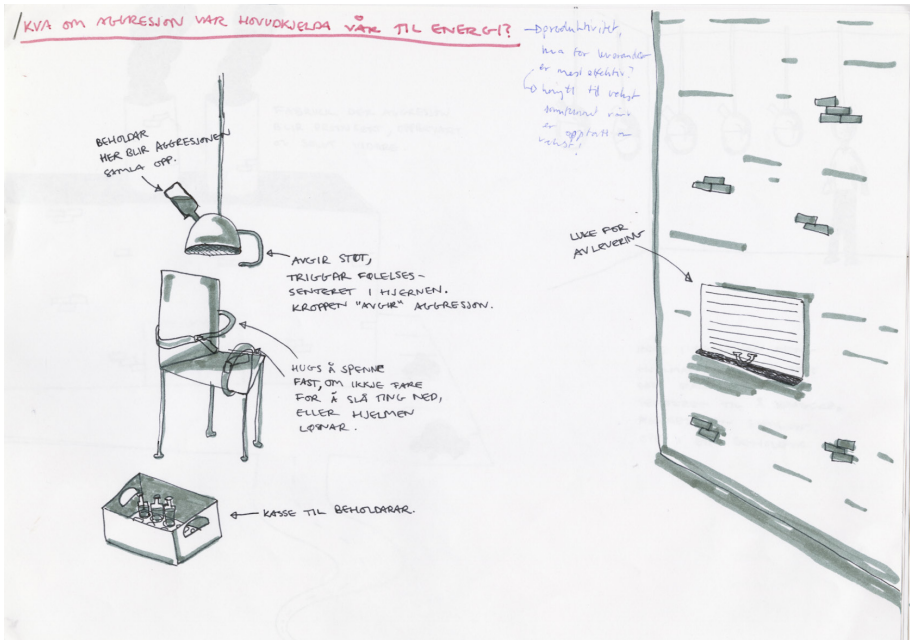
! SINNESKJEMA

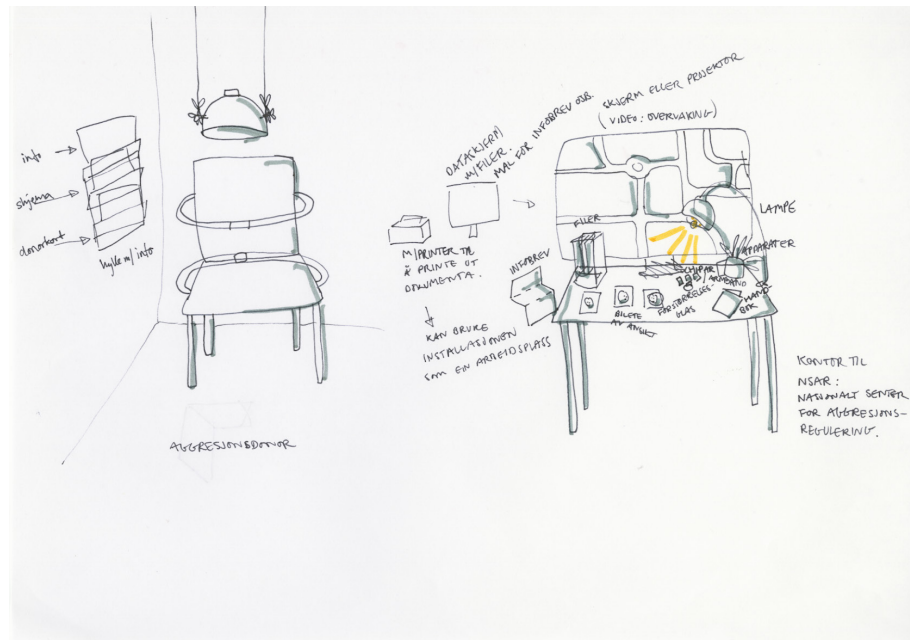
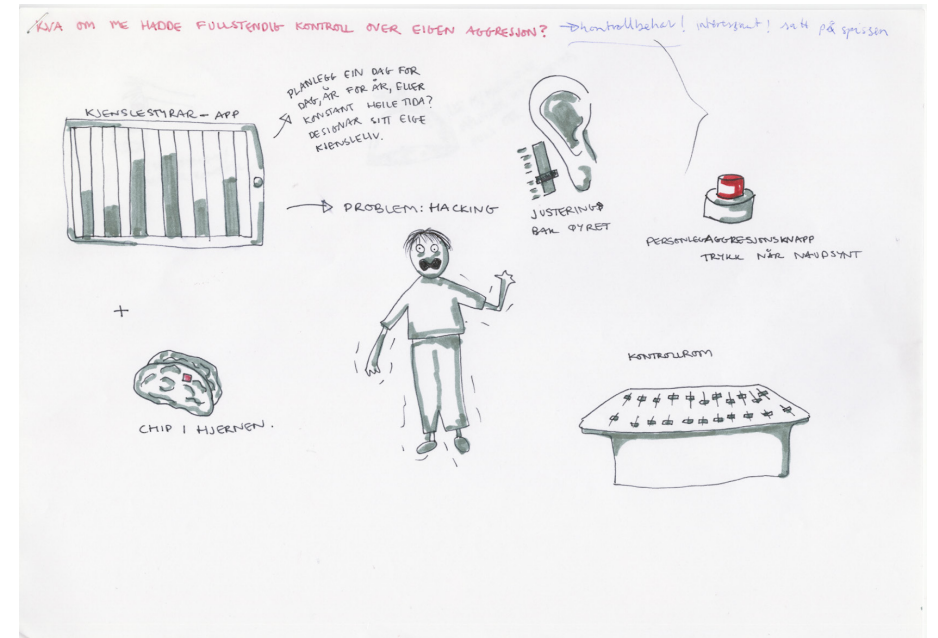
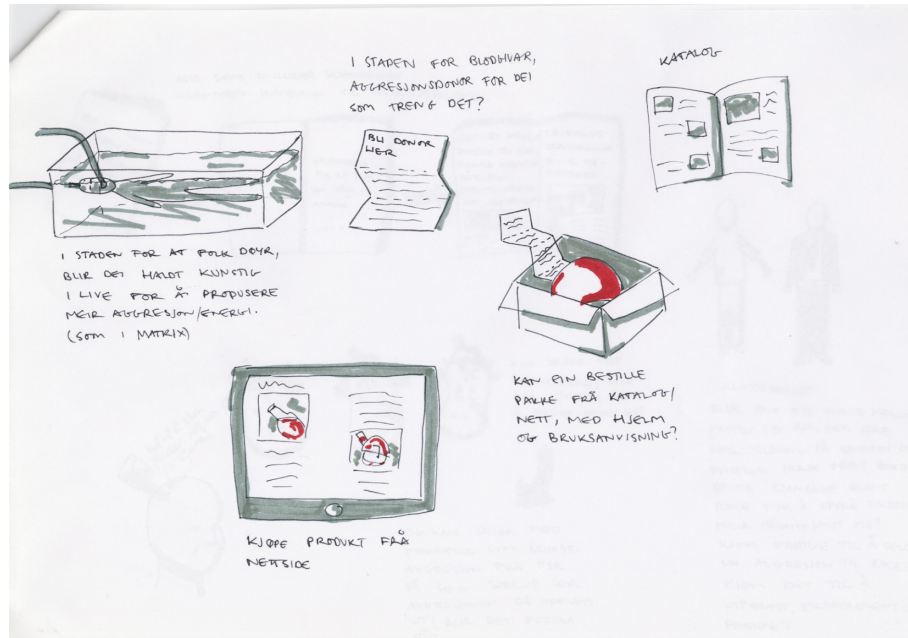
**BRUK SKJEMAET I EI VEKE.
KVAR GONG DU BLIR SINT,
SETT RING RUNDT FARGEN
DU TENKER PÅ.**

10.2 Prosjektet byrjar å ta form

Då idéane var spreidde og prosjektet lite definert, såg eg etterkvart eit behov for å avgrense og kome fram til kva for retning prosjektet skulle ta. Det meste av avgrensingane gjorde eg gjennom tekst, eg opplevde at prosjektet blei tydelegare av å skrive om temaet. Eg tok også eit val om å jobbe med kritisk design, då eg opplevde at idéane som kom då denne retninga blei sett som avgrensing, var meir interessante å jobbe vidare med enn dei eg hadde hatt tidlegare. Eg byrja gjennom tekst å stille spørsmål kring temaet aggresjon framfor å kome med løysingar, som eg også tok med meg inn idémylet seinare. Eg opplevde då at idéane var mindre bastante og meir leikne.









INNKALLING TIL OBLIGATORISK KONTROLL

Fornamn Etternavn

Adresse

Postnummer Stad Dato

NSAR

Johannes Milfreds gate 22

5021 Bergen

Fornamn Etternavn,

Me kan formidle at dine aggresjonsverdiar har overstige 14 meir enn to gonger den siste månaden. Me kaller deg derfor inn til obligatorisk kontroll, satt til datoen xx.xx.xxxx klokka xx.xx.

Om kontrollen viser at det er noko gale med chipen din, og at den derfor kan ha målt feil aggresjonsverdiar, vil du få operert inn ny chip, og deretter bli fulgt opp dei tre nærmaste månadane for å sjå at chipen fungerer som den skal. Hugs at du aldri må prøve å fikse/gjere endringar på chipen din på eigen hand, det er berre autorisert personell ved NSAR som har lov til å utføre endringar. Me minner deg om at ulovlege endringar på chip kan føre til fengselsstraff.

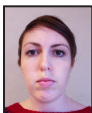
Om det viser seg å vere korrekt informasjon at aggresjonsverdiane dine har overstige 14 meir enn to gonger den siste månaden, vil det avtalast ny dato og klokkeslett for vidare oppfølging.

Me er plikta å informere deg om følgjene ved å ikkje møte opp til avtalt tid eller å ikkje lage ny avtale om avsatt tid ikkje passar. Om du verken møter opp eller avtaler ny tid, vil NSAR lovleg kunne hente deg inn til kontroll ved tvang. Me minnar deg også om at samarbeid er den beste måten å gjennomføre kontrollen på.

Venleg helsing,

NSAR – Nasjonalt Senter for Aggresjonsregulering

NASJONALT SENTER FOR
AGGRESJONSREGULERING



Ansatt ID nr.:
4033-493-2231
Status:
SEKRETÆR

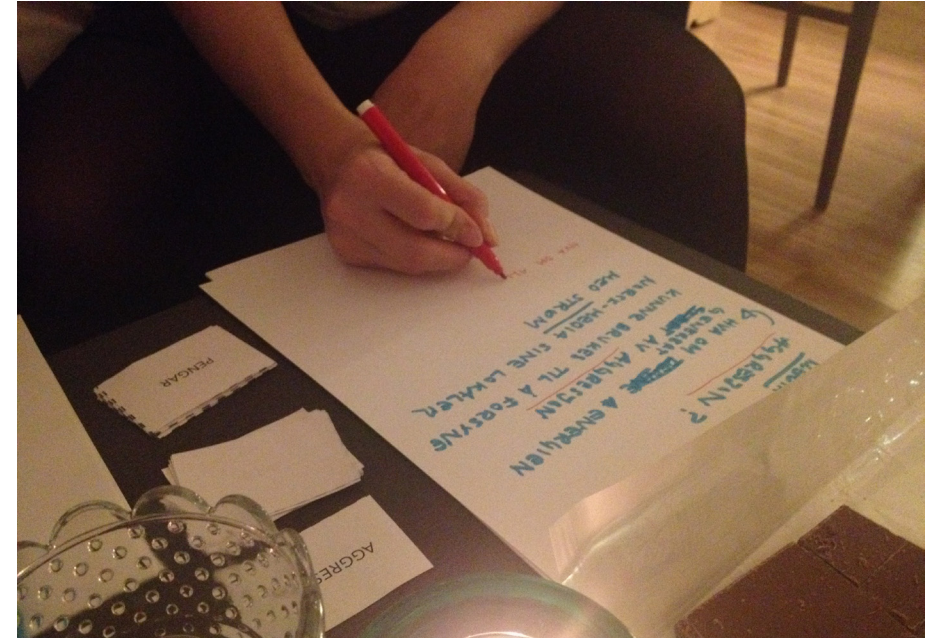
Namn:
MARIA NORDTVEIT
Sikkerhetsklarering:
NIVÅ 3

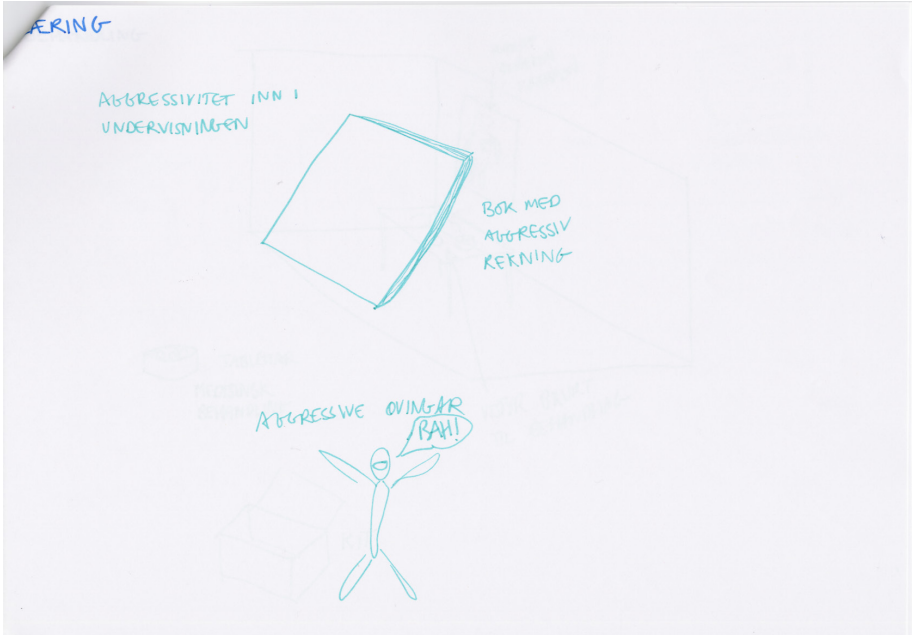
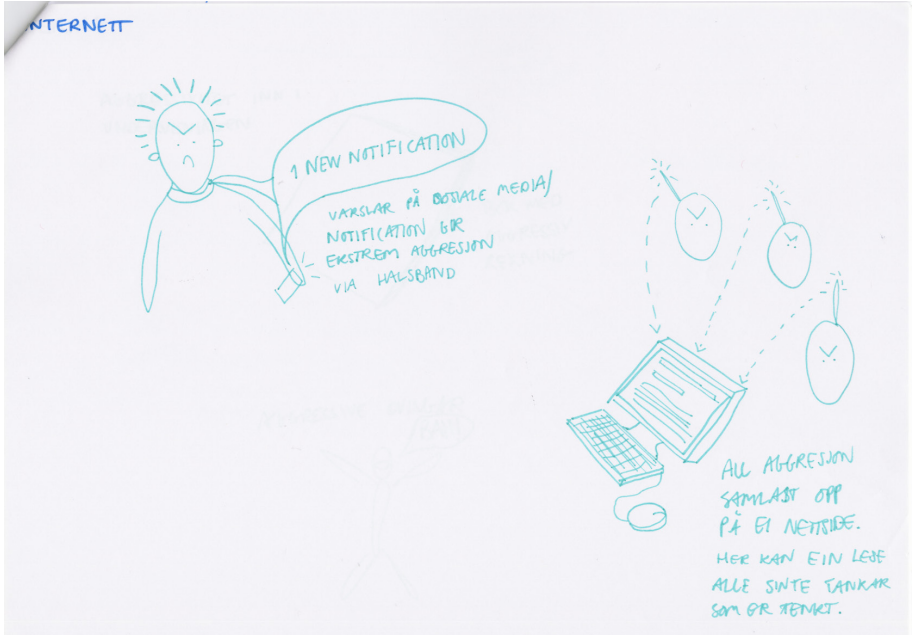
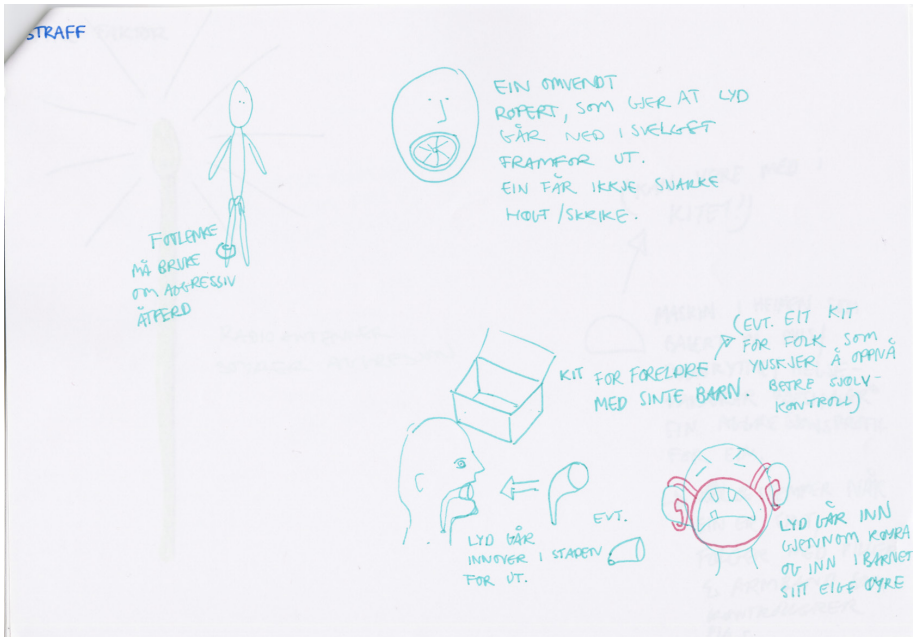
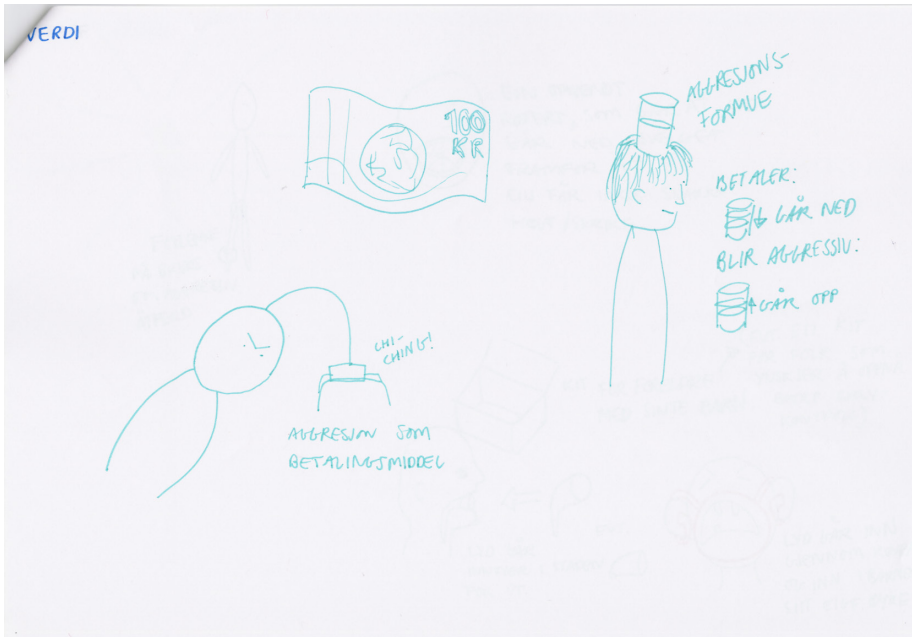


10.3 Kva for verd vil eg skape?

For å finne ut kva for produkt som skulle skapast, var det viktig å definere ei verd produktet skulle høyre til. Eg ville nytte meg av å bruke eit scenario som utgangspunkt. Eg ville ha mange scenario å velje mellom, og haldt derfor ein workshop med medstudentar.

Eg ville at scenarioa skulle vere aktuelle og passe best mogleg til prosjektet, og førebudde derfor lappar med tema eg meinte var aktuelle eller tema som eg har diskutert i teksten. Deltakarane blei delt opp i grupper på to og to, og fekk avgrensa med tid til å produsere ei gitt mengde scenario, som skulle innehalde ordet aggresjon samt eit ord frå lappane med tema eg hadde førebudd. Det blei produsert kring 100 scenario, samt eg gjekk også sjølv gjennom scenarioa etterpå og endra eller låg til fleire. Til slutt hadde eg kring 150 scenario, som eg så gjekk gjennom og valte ut eit gitt tal, og laga skisser til. Ut frå dette igjen valte eg eit scenario som eg meinte skapte dei mest interessante idéane og som passa til dette prosjektet. Dette scenarioet er «Kva om me kan kontrollere eigen aggresjon?». Blant andre scenario eg laga skisser til, var «Kva om nokon kontrollerer aggresjonen vår?» og «Kva om aggresjon er hovudkjelda vår til energi?».





SUKDOM

« FØRSKING VISER AT MANGE ALLERGISKE REAKSJONAR I VERKELEGHEITA ER EIN REAKSJON PÅ FOR MYKJE AGRESJON. DET MÅ DERFOR ANNAN BEHANDLING TIL ENN ALLERGITABLETTAR O.L.»

« SINNSJUKDOM ER MÅNDEL FOR MYKJE AGRESJON. DERFOR BEHANDLAR EIN DET... »

ALTERNATIVE BEHANDLINGSFORMER...

AVIS

BRUSETABLETTAR

KONTROLL

Kvar gang ein blir sint, kan ein ta ei pille

Piller som fører aggresjon + brusjyre

(Kan vere både piller som tar fast, eller piller ein tar når ein blir sint/ formlar at ein kjem til å bli sint.)

« Når kroppen responderar aggresivt, sjer duke og dette. Ved å ta Enam på pille vil duke bli blå »

« PILLERESKE/FLASKE + MÅKNADS FØRING (BRUSJYRE/POTTER/PÅNING o.s) »

« "CUSTOMIZE YOUR EMOTIONS" (REACTION) (FEEL NUS) (MOOD) »

« SLOVAN (PILLER, PLASTER, ...) »

Armbånd som måler puls. Hjemme igjen høg puls grunna aggresjon. Armbåndet pulserer då ein er roer ned pulsen, og ein sjer mindre aggresjon

APP DER EIN KAN REGISTRERE OG FØRELOVE og ten især gir mindre aggresjon

DELTET

KIT!!! (PILLER, PLASTER, ...)

KONTROLL

BERØVING-ANDE GASS ein kan bruke for å kontrollere aggressive folkemengder (som t.d. ein protest) gassen gjer ein roleg. Ofte brukt av myndig-heter.

LYD (ELLER VIBRASJONAR) SOM KAN ROE NED STORE FOLKEMENGER

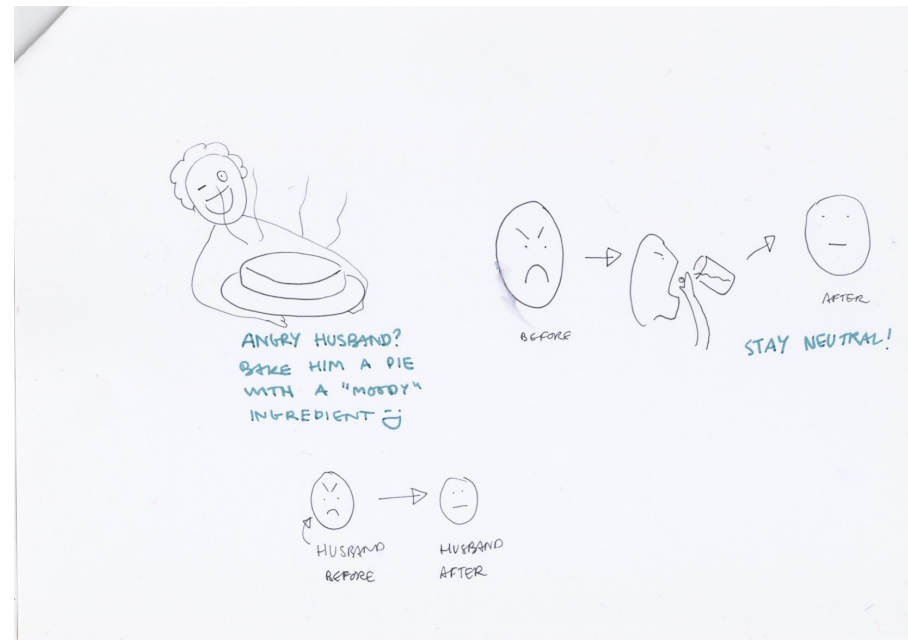
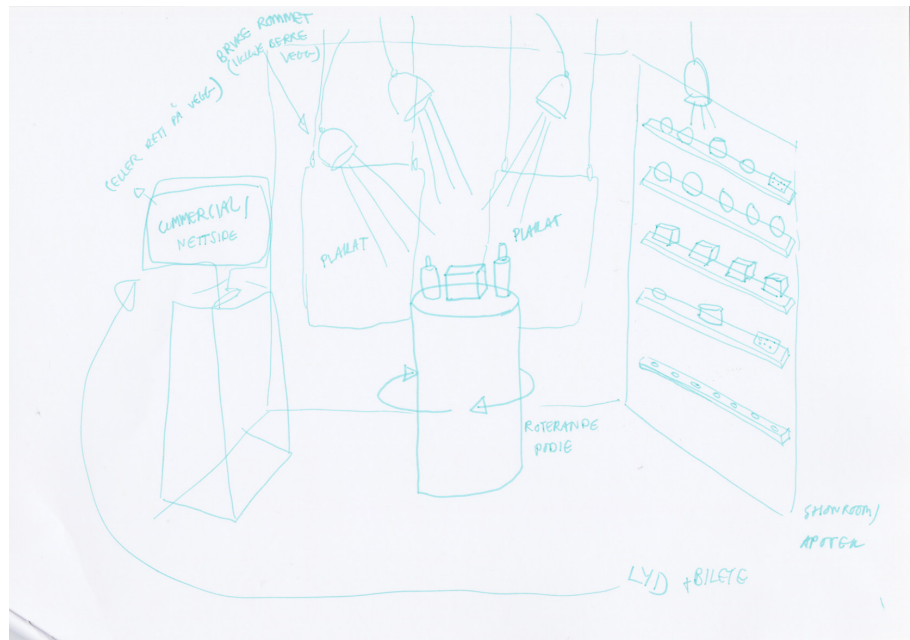
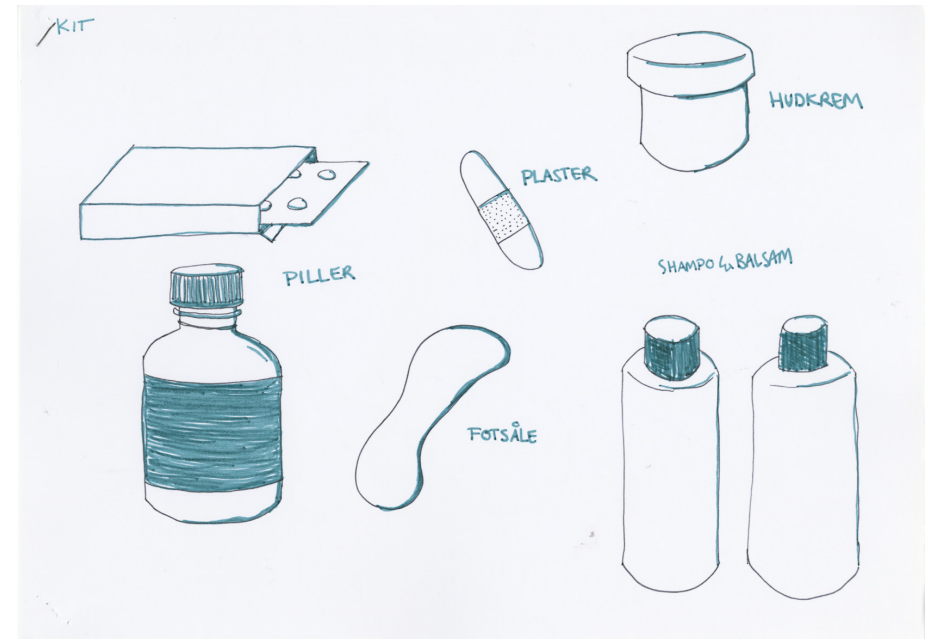
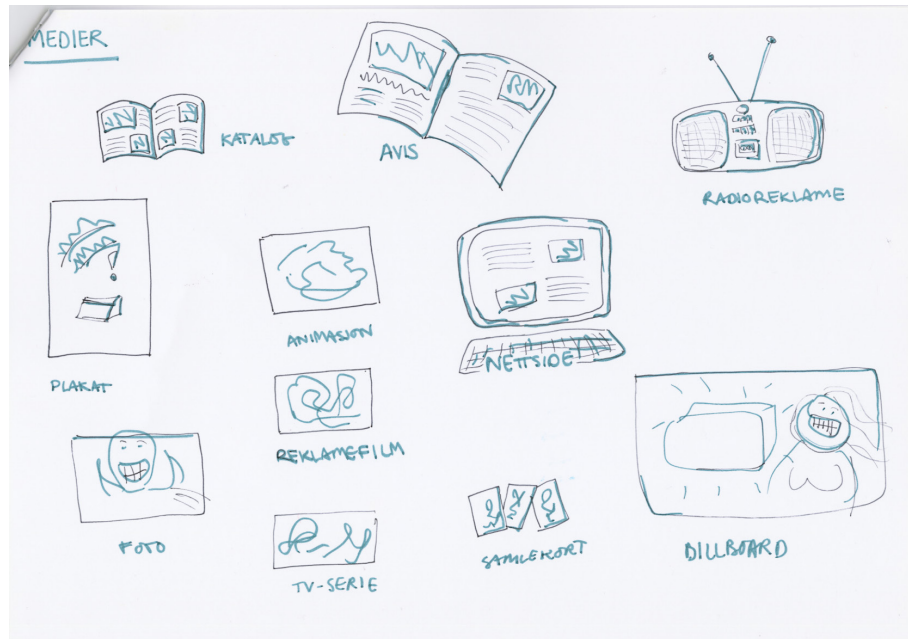
YTRE FAKTOR

RADIO ANTENNER SPIRER AGRESJON

(KAN VERE MED I KITET!)

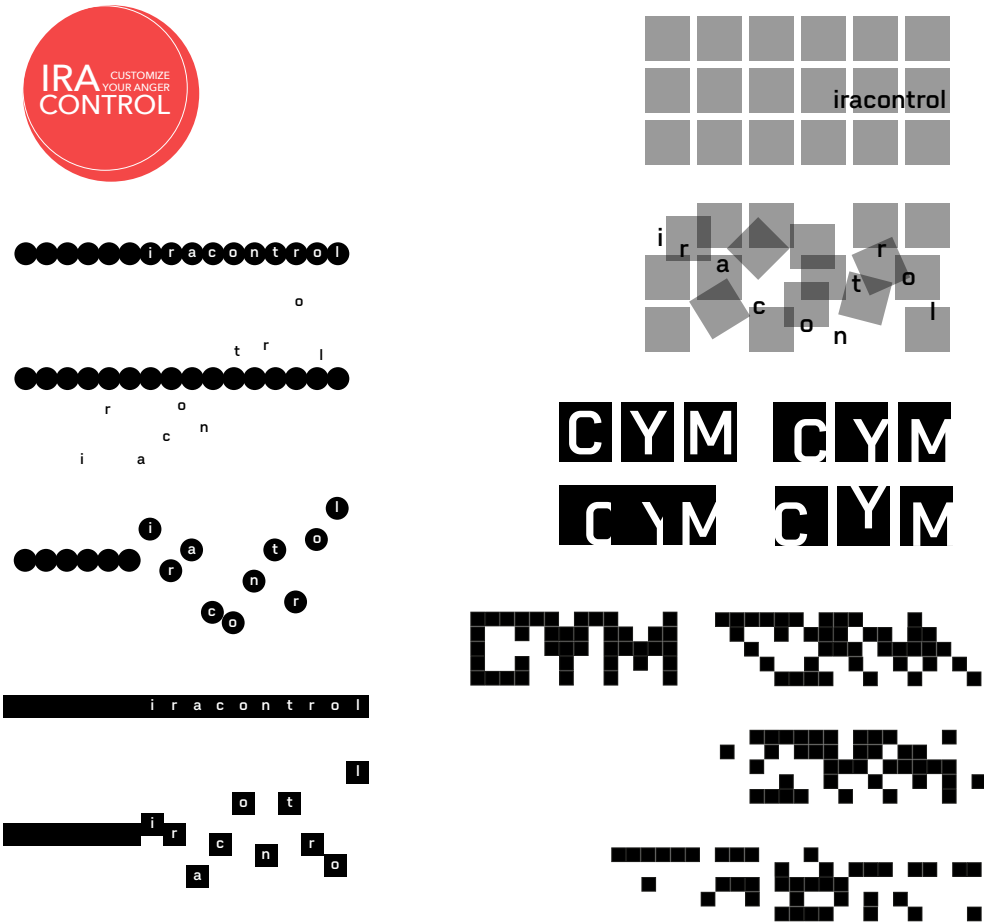
MASKIN I HEIMEN SOM BASERT PÅ PULS/DRØGNRYTME/HELSEFAKTORAR "DESIGNAR" EIN ANNE SJONSPROFIL FOR EIN.

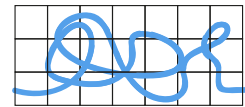
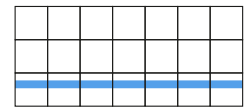
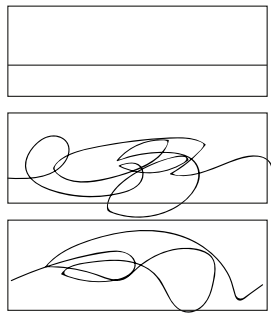
↳ MÅL BESTEMMER NÅR EIN ER SINT, FØLGER MED PILLER & ARMBAND SOM KONTROLLERER PULS



10.4.0 Utprøving av produkt

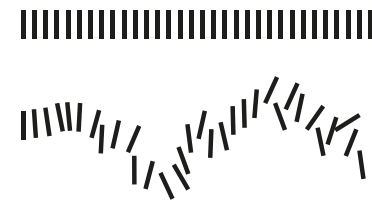
Etter å ha produsert mange skisser og idéar til scenarioet «Kva om me kan kontrollere eigen aggresjon?», bestemte eg meg for den idéen eg synst hadde størst potensiale. Idéen var ein merkevare som heitte Customize Your Mood som produserte piller, drikke, drops og andre produkt som kunne regulere aggresjon. Dei skulle også produsere armband ein kunne sjå når ein var for lite eller for mykje sint, som då indikerte at ein burde ta ei pille eller bruke ei av dei andre produkta til å regulere aggresjonen med. Målet med produktet ville vere å oppnå balanse. Eg byrja å gjere utprøvingar på korleis logoen til Customize Your Mood kunne sjå ut.



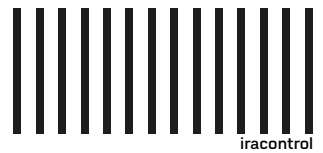


iracontrol →

iracontrol



iracontrol



IRACONTROL

IRACONTROL

iracontrol

iracontrol

iracontrol

iracontrol

iracontrol

iracontrol

iracontrol

iracontrol

iracontrol

CYM

ÜYM

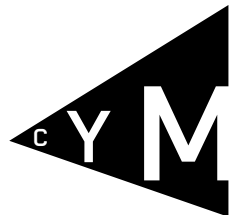
hYM

CYM

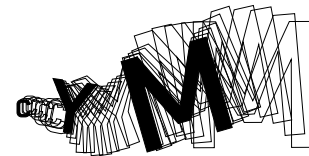
CYM

CY M
C Y M

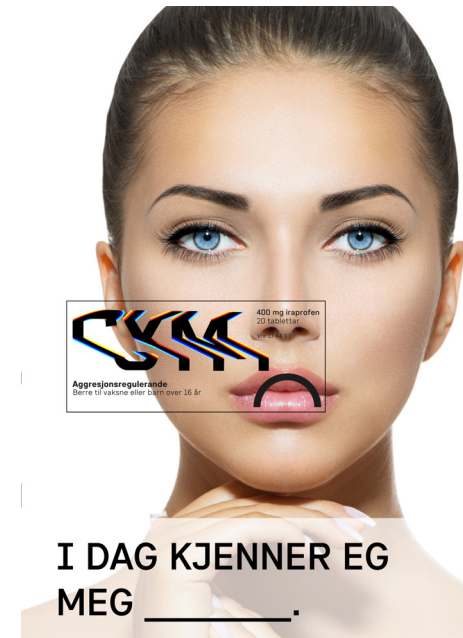
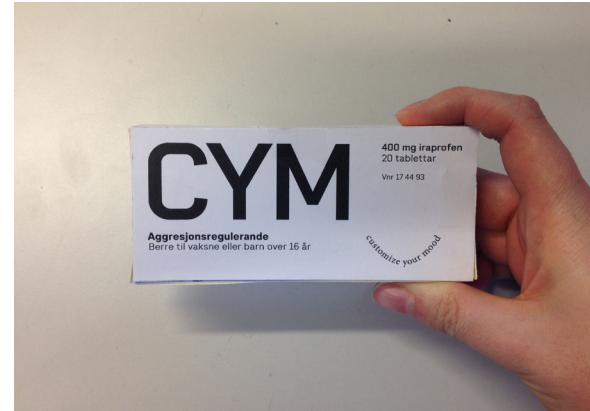
C Y M



C Y M



CYM



10.4.1 Fungerer produktet?

Eg bestemte meg for å teste ut produktet gjennom å halde ei fokusgruppe (18. februar 2016), der målet var å finne situasjonar eg kunne basere ein kampanje på, finne ut om deltakarane i fokusgruppa hadde den responsen til produktet eg ville trigge, og å finne ut om produkta appellerte til dei. Eg delte arrangementet i tre delar som fokuserte på måla eg hadde sett. Første del var å diskutere situasjonar dei skulle ynskje dei blei meir/mindre sinte i, andre delen var å presentere prosjektet, og tredje var å diskutere ulike aspekt ved prosjektet basert på presentasjonen. Deltakarar i fokusgruppa var Tora Kristiane Madsen Finne (19), Borghild Gramstad (53), Anette Louise Olsen (23) og Anna Michalsen (21).

10.4.2 Situasjonar dei skulle ynskje dei blei meir/mindre sint i

Eg ba på førehand alle om å tenke på situasjonar dei skulle ynskje dei blei meir eller mindre sinte i. Me diskuterte desse situasjonane, og korfor ein skulle ynskje ein blei meir/mindre sint. Då me dis-

kuterte situasjonar dei skulle ynskje dei blei meir sinte i, snakka dei om baksnakking, avgjersler som blir tatt over hovudet på folk, at ein føler ein er med på noko på andre sine premiss, når menn klår på ein, at ein er konfliktsky, kjenner seg urettferdig behandla i arbeidslivet, i politiske saker, og å seie frå når folk er kjipe mot ein.

I diskusjon kom det fram at alle i fokusgruppa kunne kjenne seg igjen i situasjonane som blei nemnt. Dei sa at grunnen til at dei ikkje hadde reagert med meir sinne i situasjonane, var blant anna at ein kan kjenne at ein ikkje har kontroll om ein blir veldig sint, det kan kjennest ut som at ein slepp laus noko ein ikkje kan kontrollere. Det kan opplevast som tilfredsstillande å bli sint, men sett utanfrå har ein gjerne lyst til å bli oppfatta som sakleg, noko ein risikerer å ikkje framstå som om ein reagerer med mykje sinne. Mykje var også knytt til andre, dei sa at ein gjerne er redd for korleis ein blir oppfatta, og at ein er redd for å ikkje bli tatt på alvor. Det kan vere audmjukande om nokon til dømes seier at du må roe deg ned, ein kan kjenne seg latterleggjort. Dei sa også at sinne er ei stor kjensle, og store kjensler kan vere vanskeleg å vise, fordi ein kjenner seg eksponert.

Situasjonar me snakka om der dei skulle ynskje dei blei mindre sinte, var når ein blir sint i nære

relasjonar, at ein opplever å takle ein situasjon feil ved å vere for sint eller brå, at ein blir sint fordi ein er stressa, ein viser for mykje sinne når ein er ein autoritet, at ein blir sint på nokon framfor andre, og når ein blir sint fordi ein står i ein situasjon som allereie er prega av mange kjensler.

Alle i gruppa kunne kjenne seg igjen i situasjonane dei andre i gruppa skildra. Me snakka om å bli sint i nære relasjonar, Borghild Gramstad meinte at dei som står ein nærmast er dei ein bør vere greiast mot, men at det ofte er dei ein er slemmast mot. Dette kan opplevast som urettferdig for den andre parten, spesielt sidan ein av og til kan bli veldig sint over noko, men kanskje rettar sinnet feil veg. Me diskuterte vidare at ein kan risikere å miste dei som står ein nær om ein ofte er sint, særleg kjærast, ektefelle eller vener.

Me diskuterte vidare at det er spesielt pinleg om ein blir sint på nokon framfor andre. Ein kan nedverdige og drite andre ut framfor menneske som ikkje har noko med situasjonen å gjere, og dermed blir andre innblanda i noko dei eigentleg ikkje har noko med. Det kan gjere det heile til ein mykje større sak enn det hadde trengt å vere i utgangspunktet. Det kan også bli flaut for deg sjølv, fordi folk kan tenke at du er valdsam eller det kan gå rykte om deg etterpå. Det opplevast også pinleg at ein har blitt observert i det ein har hatt ein valdsam reaksjon.

10.4.3 Kva kan eg ta med meg vidare inn i ein kampanje?

Om eg skal basere ein kampanje på situasjonar ein kan kjenne seg igjen i, meiner eg det er hovudsakleg

nokre element som går igjen i desse situasjonane eg kan dra nytte av. I situasjonar dei skulle ynskje dei blei meir sinte, er det fordi dei opplever at nokon behandlar dei på ein måte dei meiner er urettferdig, og dei skulle ynskje dei sa i frå om det. I situasjonar dei skulle ynskje dei blei mindre sinte, er det fordi det kan vere pinleg å bli veldig sint på nokon, spesielt framfor andre, eller ein er redd for konsekvensane det kan ha. Andre kan tenke dårleg om ein vidare, og i yttarste konsekvens kan ein miste nokon ein er glad i.

Kva for av desse faktorane eg spelar på i kampanjen avheng også av kva for kjensler eg vil røre ved. Eg trur det er meir effektivt å spele på situasjonar ein ynskjer at ikkje oppstår enn situasjonar ein ynskjer at oppstår, fordi det er situasjonar som kan gjere ein sårbar. Eg trur derfor at dei kjenslene det vil vere mest fruktbart å appellere til er det pinsame eller frykt. Spesielt med det pinsame kan ein legge til humor også som eit element. Då kan det framstå meir leikent, samstundes som det har ein seriøs undertone.

10.4.4 Presentasjon og tilbakemelding produkt

Då eg presenterte produktet, ville eg vite om fokusgruppa var villige til å tru på at det var ein merkevare som laga produkt som kan måle og regulere aggresjon. Eg presenterte derfor produktet som om det var eit ekte produkt, for å måle reaksjonane. Eg sa det kom til å bli produsert eit armband som kunne måle kor aggressiv du var, og at ein kunne bruke produkt for å regulere aggresjonen sin opp eller ned. Eg sa ein kunne bruke blant anna piller,

krem, drikke eller drops for å regulere aggresjonen eins. Då me skulle diskutere presentasjonen etterpå, stilte eg først spørsmål kring presentasjonen og produkta som blei presentert, og etter ei stund avslørte eg at det var eit fiktivt prosjekt, og me diskuterte vidare.

Då me diskuterte produktet etter presentasjonen, var fokusgruppa for det meste skeptiske til produktet. Dei fekk assosiasjonar til framtid dystopiar, hjernevasking og lobotomi. Tora Kristiane Madsen Finne poengterte at for dei som har alvorlege problem med sinne finst det medisin, og ho meinte det var tidstypisk å ville medisinerer folk framfor å gjere noko med dei utfordringane dei har. Fleire såg for seg at produkta kunne brukast i psykiatrien framfor at dei ville bruke det sjølv. Borghild Gramstad påpeikte at armbandet kunne vere positivt, ein kunne bruke det som eit hjelpemiddel. Samstundes ville det vere å blottleggje kjensler, om andre kunne sjå det.

Då eg spurte om dei trudde dei sjølv eller andre kunne vore interessert i å bruke produktet, var dei også skeptiske. Dei fann pillene spesielt skummelt, både fordi piller verkar dramatisk, men også fordi at ein ikkje veit når den byrjar å virke og når effekten vil gå ut. Tora Kristiane Madsen Finne sa at dei andre produkta appellerte meir, fordi det liknar produkt ein konsumerer dagleg. Anna Michal-

sen var skeptisk til alt ein skulle putte i kroppen (som pille og drikke). Det som framstod som minst skummelt for gruppa var armbandet, då det minna mykje om smartklokker.

Etter ei stund avslørte eg at det var fiktive produkt. Då eg spurte om dei trudde på det, var reaksjonane blanda. Alle unnateke Anette Louise Olsen sa at dei ikkje trudde på det, men Tora Kristiane Madsen Finne og Anna Michalsen var likevel litt i tvil. Tora sa at det var for usannsynleg, og Borghild kommenterte at slike ting er strengt regulert. Anette var ambivalent, ho sa det var noko som skurra, men var usikker. Då eg presenterte produkta presenterte eg mock-ups og ikkje ferdige esker, armband, osv. Fokusgruppa meinte at om designet var ferdigstilt og det var ekte esker og armband, så ville dei mest truleg ha trudd på det, i alle fall i større grad enn dei gjorde no. Dei ville også framstå meir truverdige om det blei framstilt som noko som er importert frå USA. Avsendar av produktet, korleis det blir presentert og kor ein presenterer det opplevast også som viktige element for å gjere produkta truverdige.

Det var også nokon som reagerte på at produkta var så sprikande, det hang for lite saman. Om det hadde vore meir definert hadde det også framstått meir ekte meinte dei.

Eg spurte igjen om produktet var noko dei sjølv eller andre kunne tenkt seg å bruke, om det hadde vore ekte. Dei meinte alle at det er produkt som kunne ha selt, fordi mange er opptatt av å vere i balanse, og at ein ofte diskuterer kva som er for lite/for mykje av noko. Tora meinte at me heile tida balanserer på ei linje mellom for lite/for mykje, og Anna kommenterte at mange vil vere så nøytrale som mogleg, og sleppe å skilje seg ut. Anette sa at om det produkta ikkje blei selt på apotek, men heller ein helsekostbutikk og ingrediensane som skulle påverke aggresjonen eins var naturlege, kunne ho ha vore villig til å prøve det.

10.4.5 Korleis bruke dette til å skape eit truverdig produkt?

Det er to ting eg vil fokusere på og ta med meg vidare frå fokusgruppa. Eg meiner det er viktig at det er nokon som kjenner at produktet appellerer til dei, samt det er viktig at dei trur at produktet er ekte (i alle fall i nokon grad og for ei lita stund). Dette meiner eg vil vere avgjerande faktorar for å skape gode refleksjonar og diskusjonar kring temaet aggresjon.

Det var tydeleg at deltakarane i fokusgruppa ikkje tenkte på produkta som noko dei sjølv ville bruke, og dette er eit problem. Eg trur hovudutfordringa her er at når det blei framstilt som noko ein ville kjøpt på eit apoteket og det framstår som ein slags

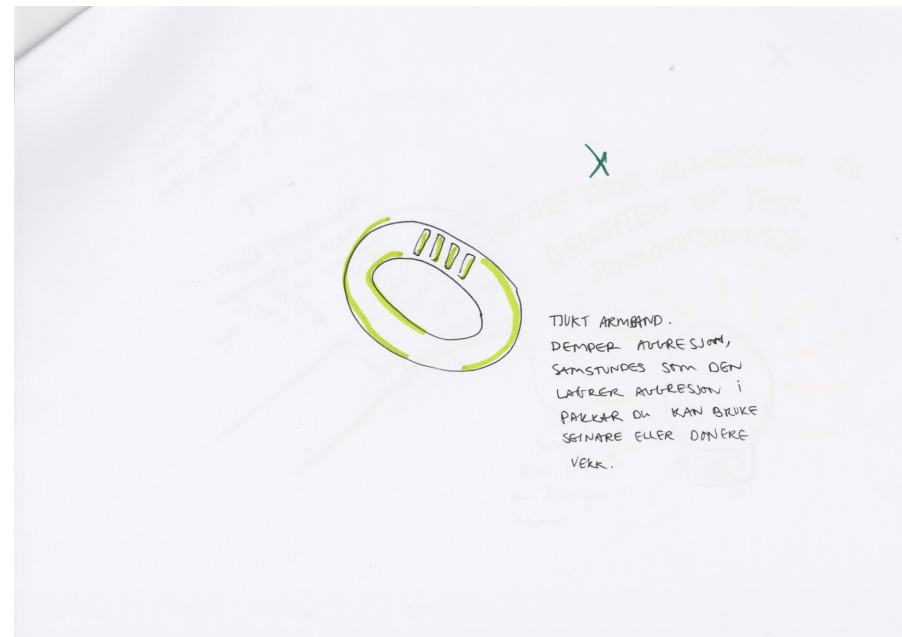
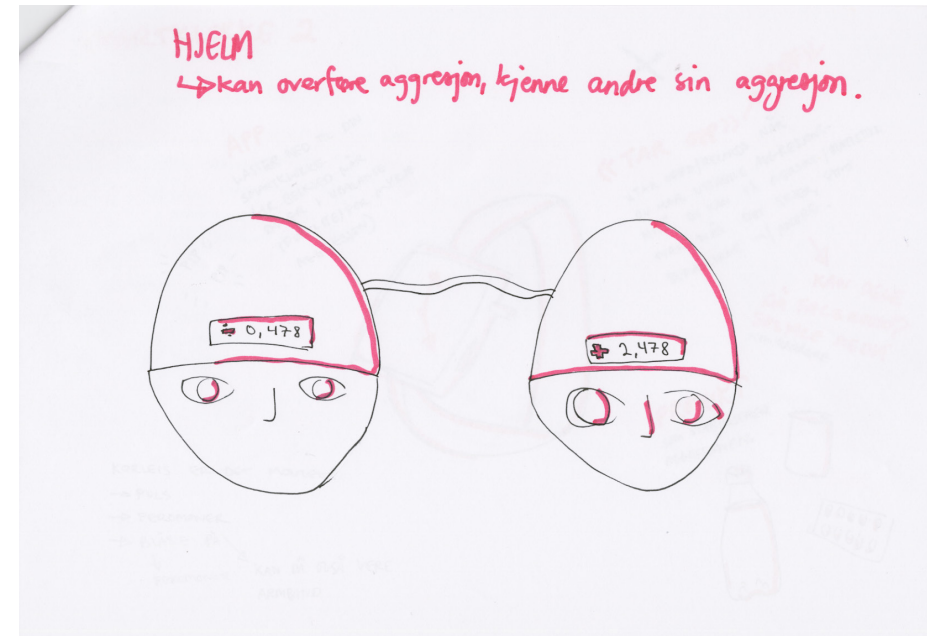
medisin. Då tenker ein på produkt som allereie eksisterer for folk som er alvorleg psykisk sjuke, samt det verkar veldig alvorleg og skremmande. Noko som jo førte til ein interessant diskusjon, men eg meiner det er viktig at publikum kan kjenne ein viss tiltrekking til produkta for å vekke fleire og meir ambivalente tankar og kjensler. Gruppa hadde no eit distansert forhold til det.

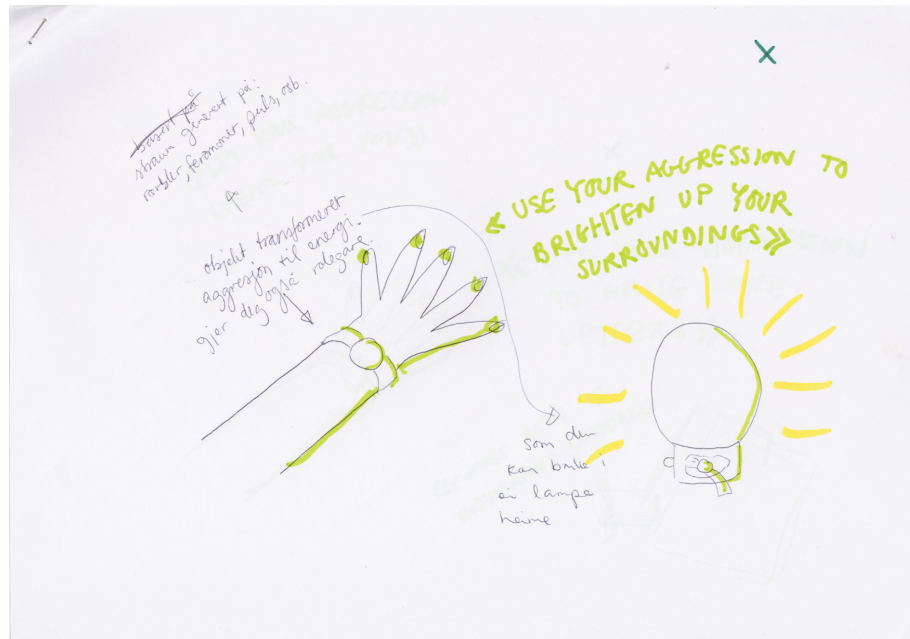
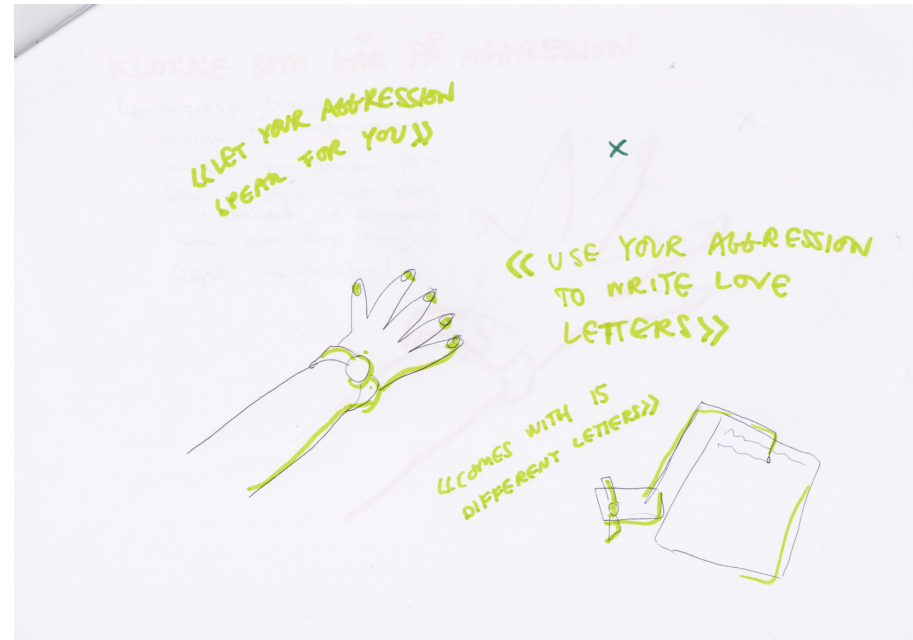
For at publikum skal tru på at produkta og merkevaren er ekte (eller i alle fall vere i tvil), vil det nok som alle i fokusgruppa påpeikte, vere viktig med ferdigstilte produkt og innpakning, heile presentasjonen er avgjerande. Om identiteten framstår som heilheitleg, pakningane og produkta er i materiale som er overbevisande og ein kan ta og føle på produkta, vil dette vere viktige faktorar for å overbevise. Produkta bør også henge saman, og ikkje verke tilfeldige eller for sprikande.

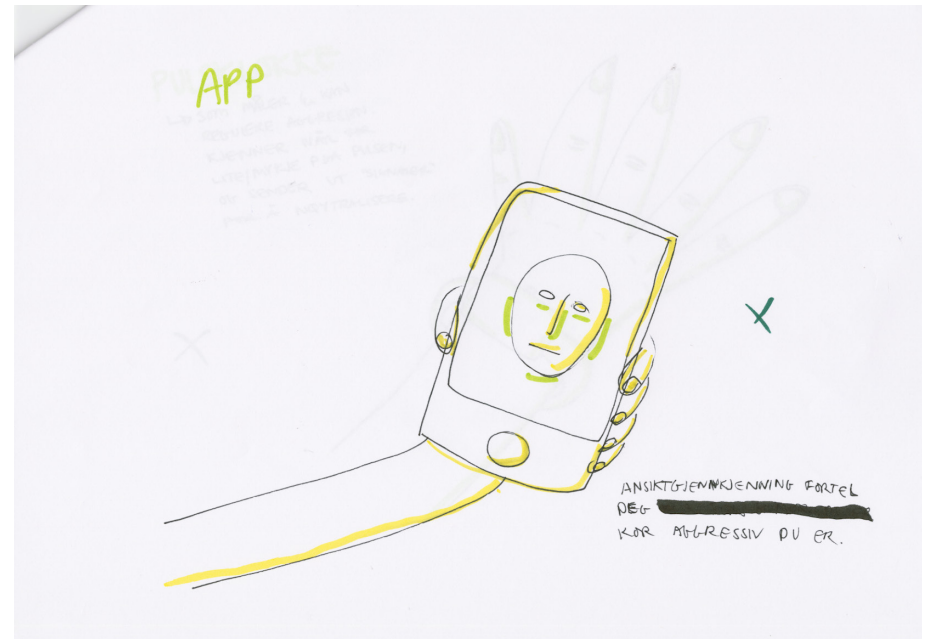
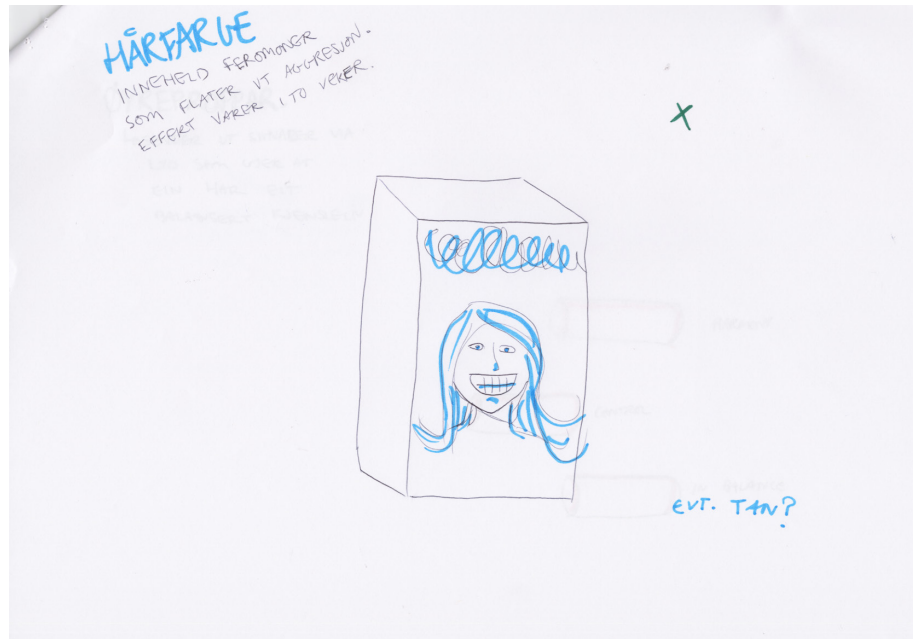
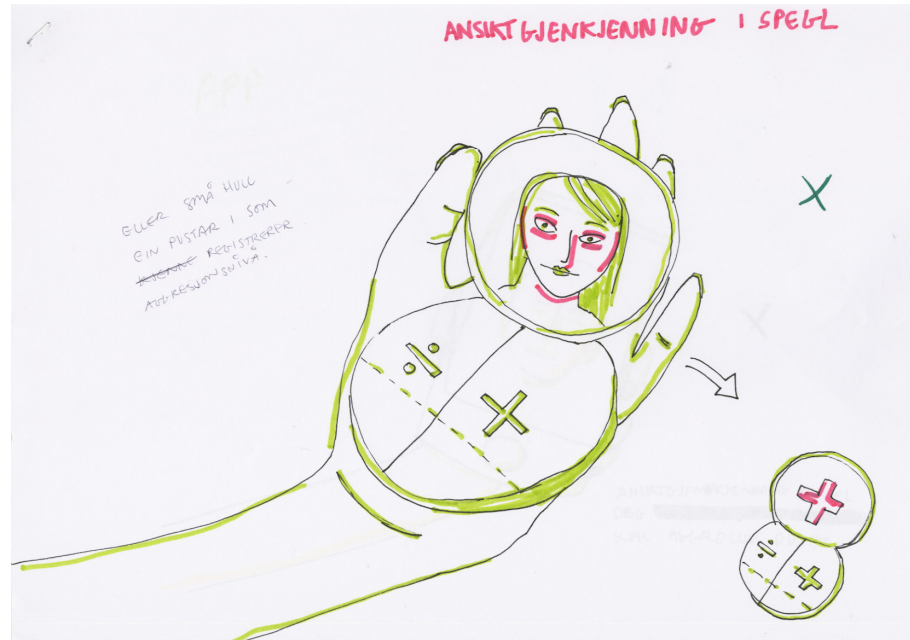
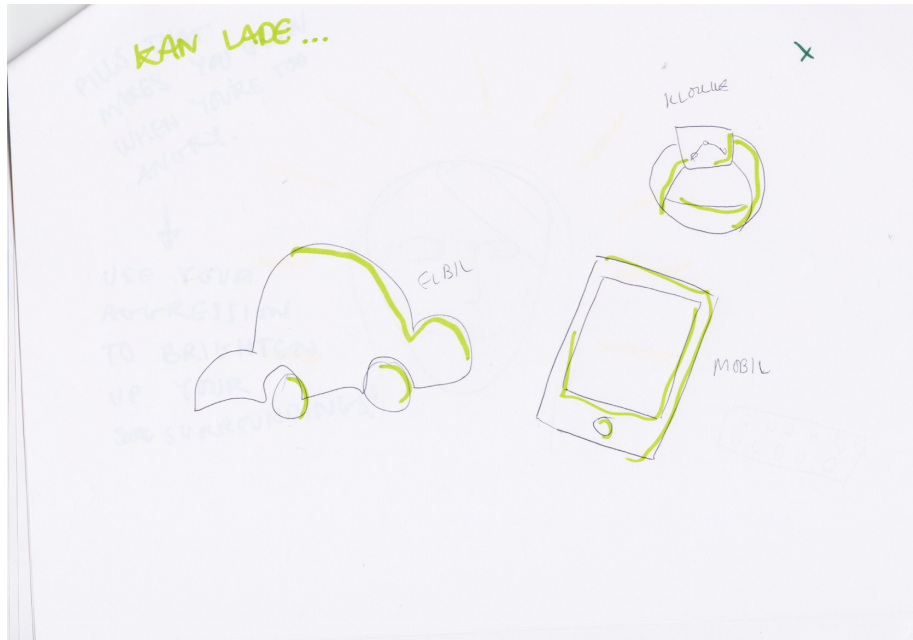


10.5 Ny runde med idéar

Etter å ha testa ut idéen i ei fokusgruppe, ville eg basert på utfallet igjen ha idémylder, for å finne eit konsept som ville vere meir appellerande. Det var ting eg ville ta med meg vidare frå idéen eg presenterte til fokusgruppa, som at det det skulle vere eit produkt som kunne regulere aggresjons eins og at det skulle vere eit kommersielt produkt. Men eg ville det skulle verke mindre «skummelt». Blant idéane var piller som gjer at ein ljoser opp når ein blir sint, ein app som gjennom ansiktsgjenkjenning kan lese kor sint du er og ein hjelm der ein kan overføre eigen aggresjon til andre.







SMARTKLOKKE 2

APP
LASTER PÅ TIL DIN SMARTKLOKKE. HAR BESJED NÅR DU ER I UBALANSE (FOR LITE/FOR MYKLE AGRRESSION)

«TAR OPP» → PROFIL
KJØR OPP/RECORDS NÅR DU HAR USTABILE AGRRESSION- NIVÅ, DU KAN FÅ AGRASJON/STATISTIK OVER NÅR DET SKJER SAMT SPANNUKKE M/ ANDRE.

KAN DELE PÅ FACEBOOK? SOSIALE MEDIA KONTAKTER

PRODUKT
SOM STABILISERER AGRASJONEN.

KORLEIS ER DET MÅNED?
→ PULS
→ FEROMONER
→ BLÅSE PÅ
↓ FEROMONER
KAN DÅ OVSÅ VERE ARMBIND

ØYREPROPPAR.

↳ SENDER UT SIGNALET VIA LYD SOM UJER AT EIN HAR EIT BALANSERT KJENSLEL

HARMONY

CONTROL

IN BALANCE

BRILLER

BASERT PÅ AUGERESJON INDIKERER BRILLENE KOR LITE/MYKLE AGRASJON DU ER.

KAN BRUKE PRODUKT MOT AGRASJONEN

SUPERFOOD

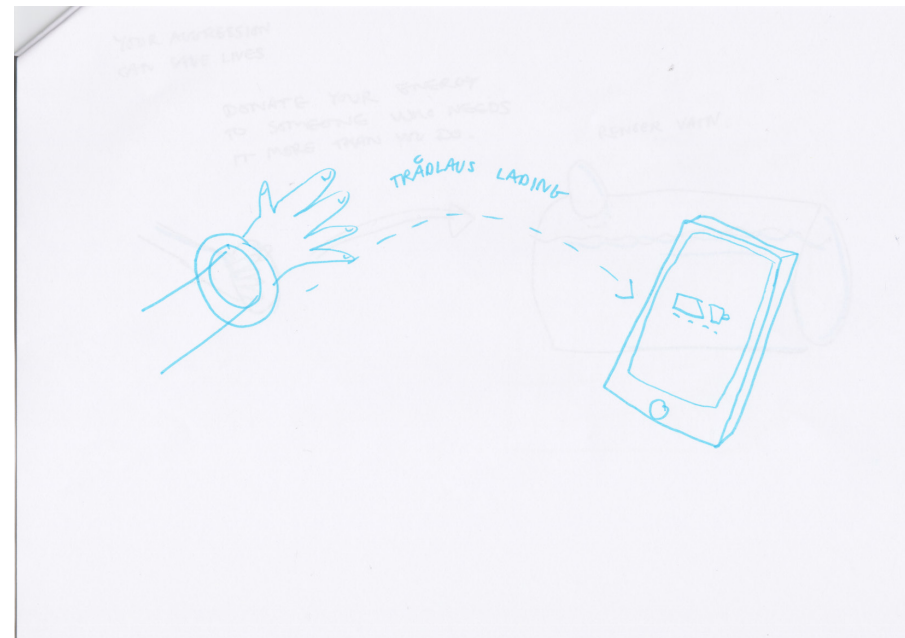
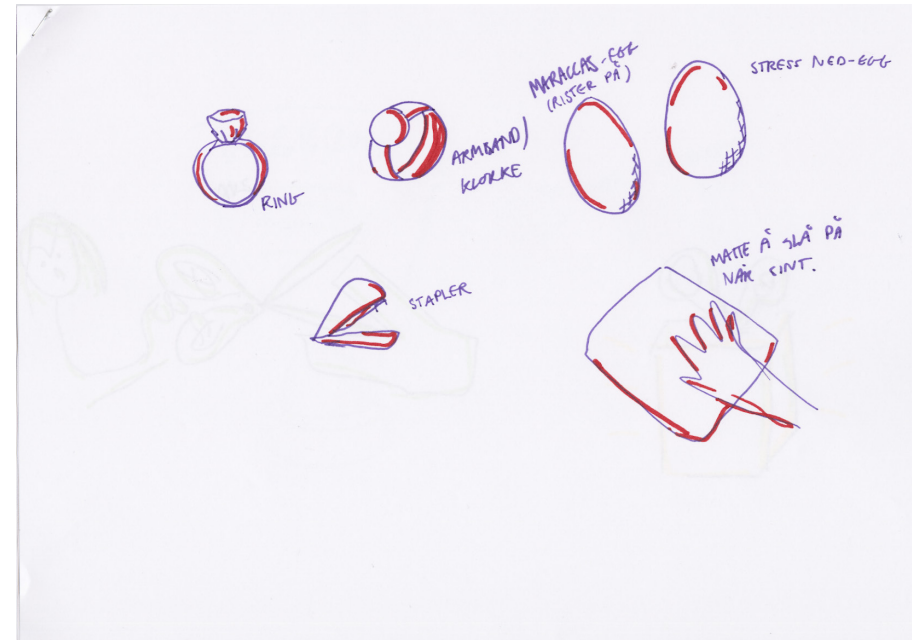
THAT KEEPS YOU IN BALANCE

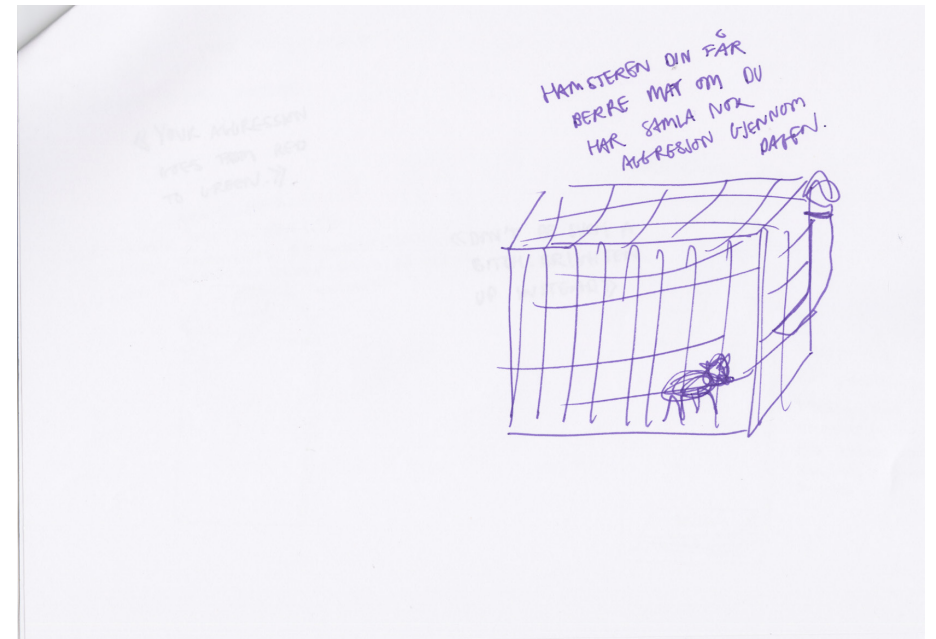
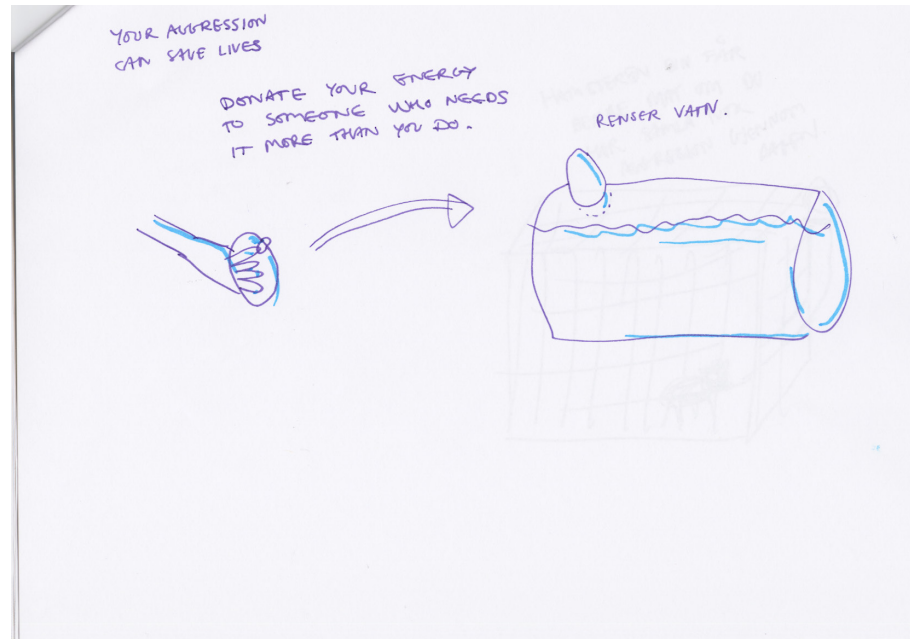
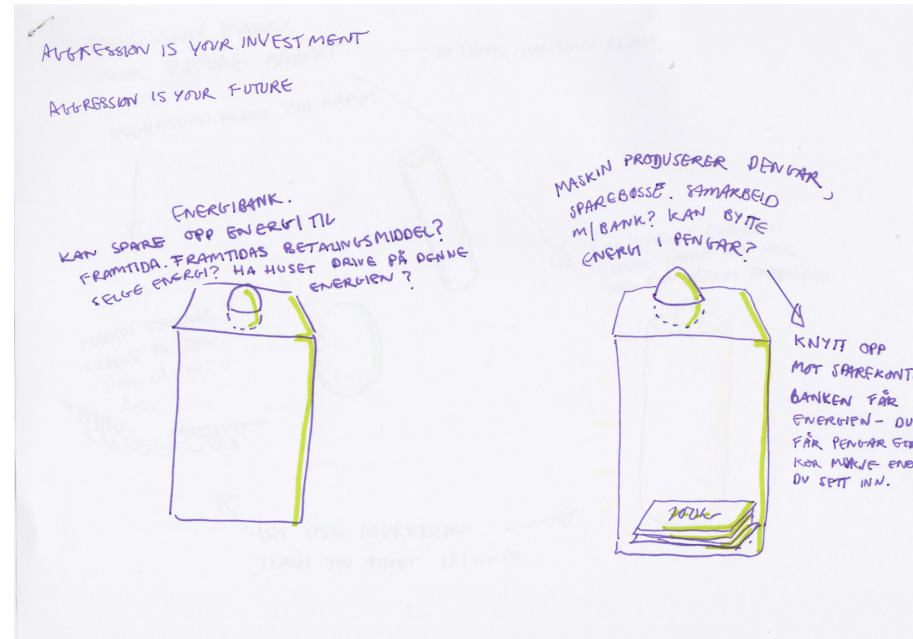
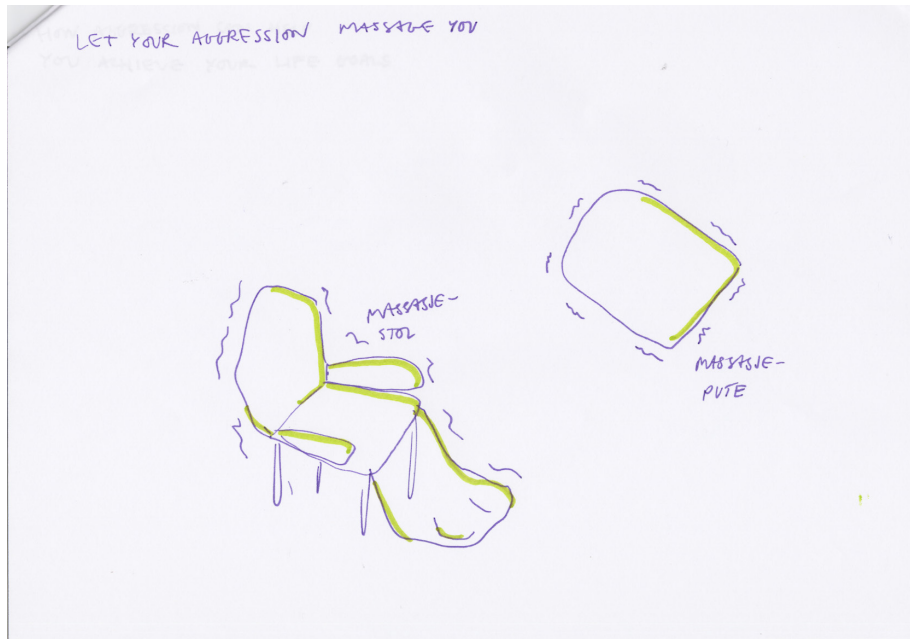
FØLGER M/ KLOKKE (ELIET NÅ NØYME VED STØT AV.)

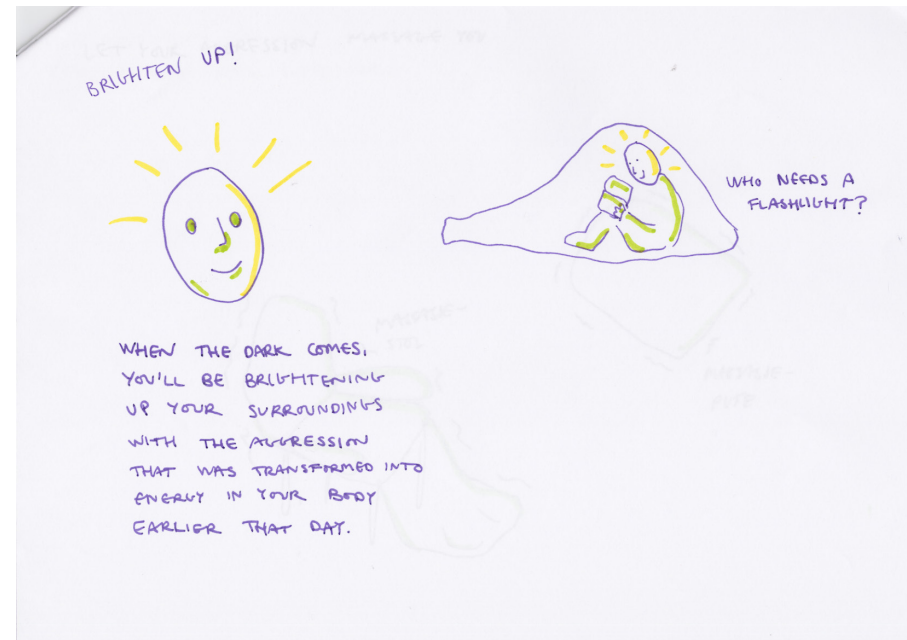
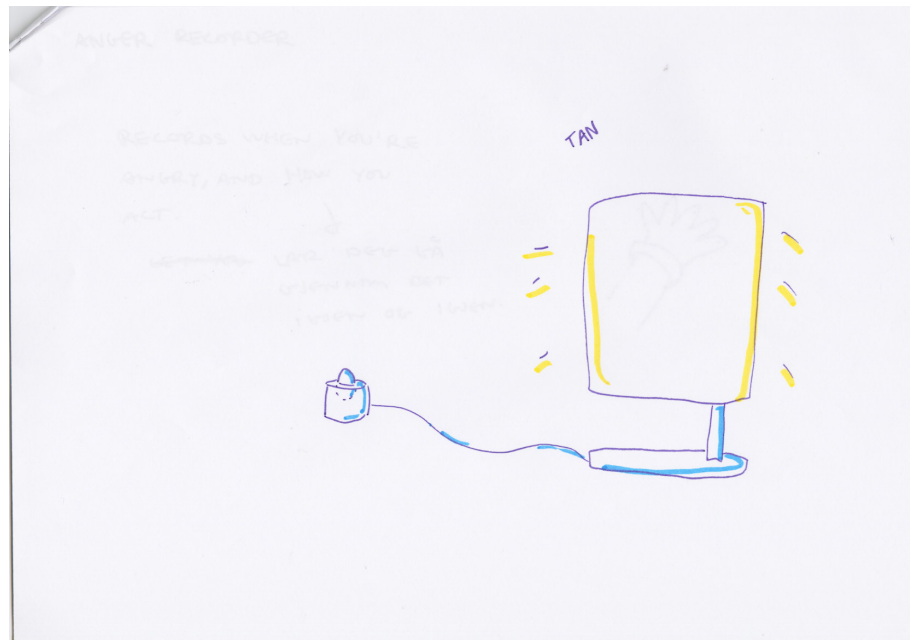
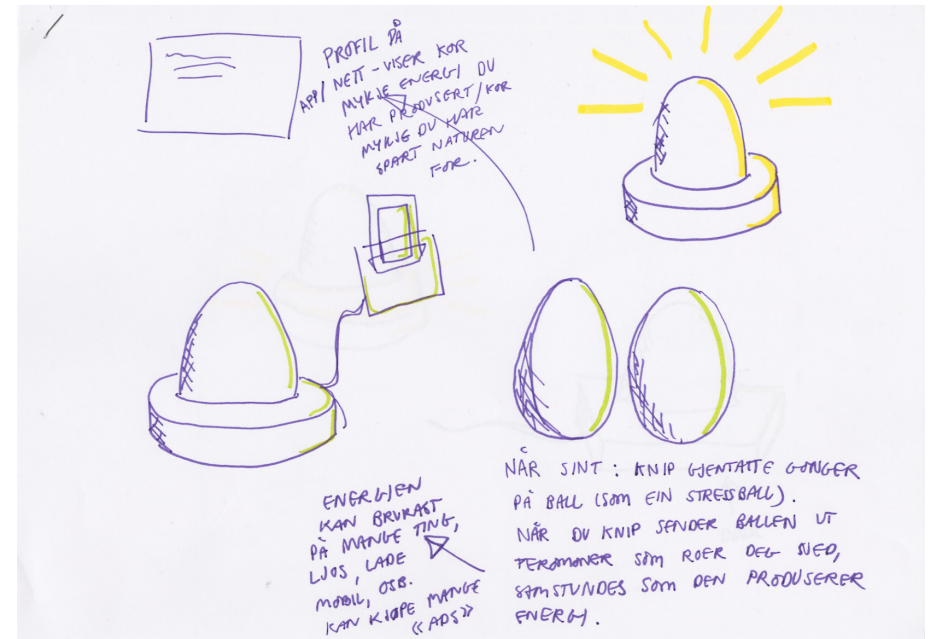
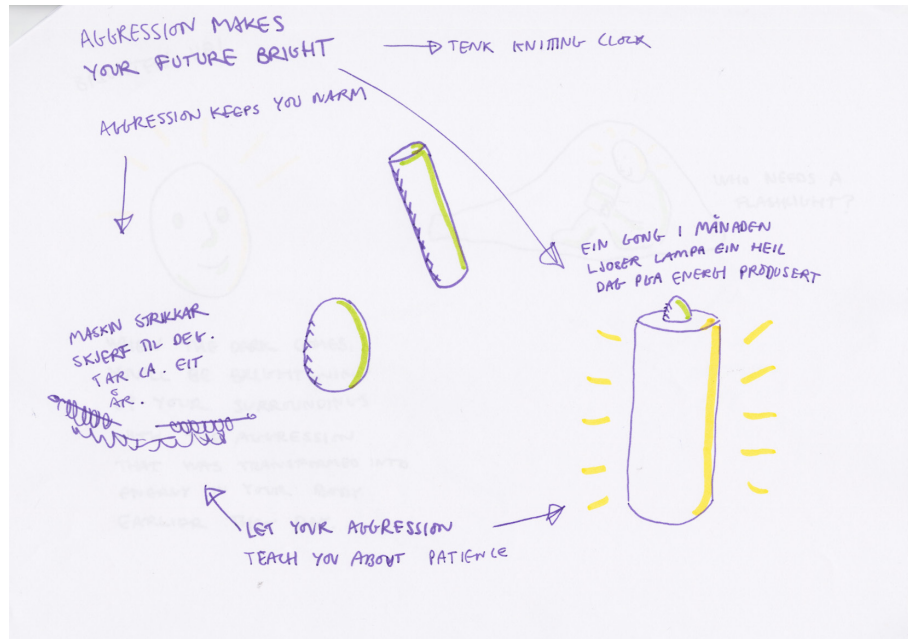
PULVER SOM REGULERER AGRASJONEN.

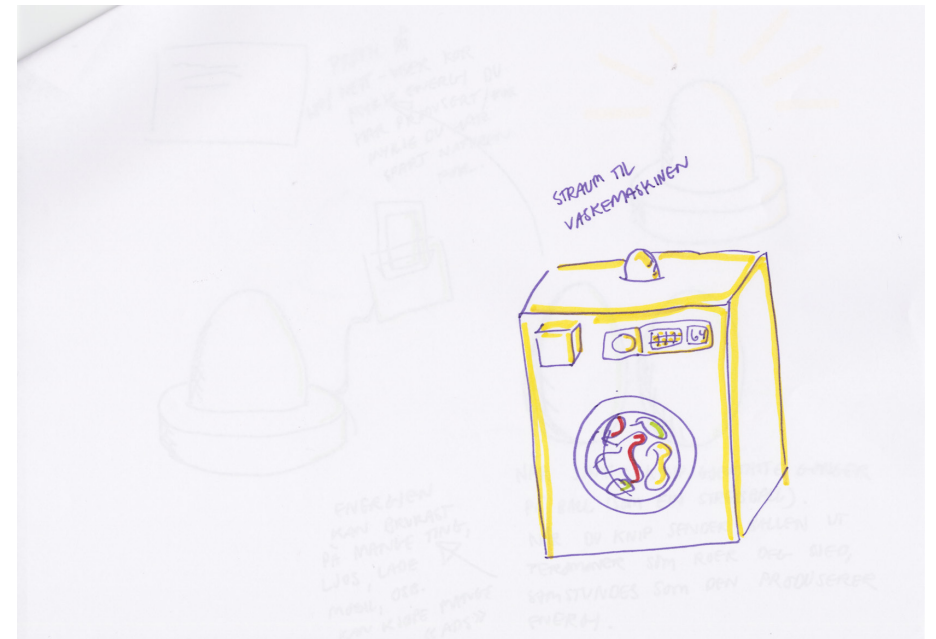
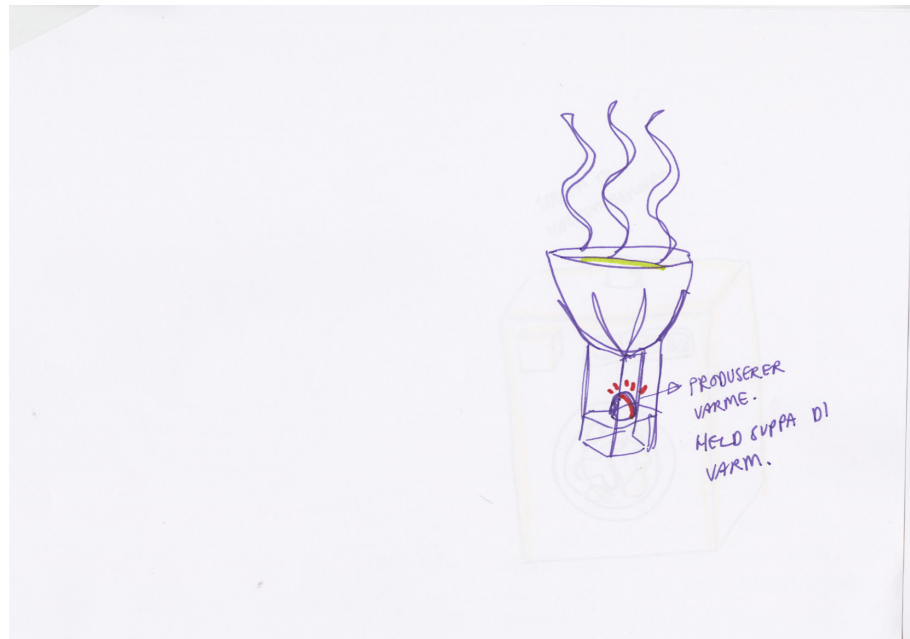
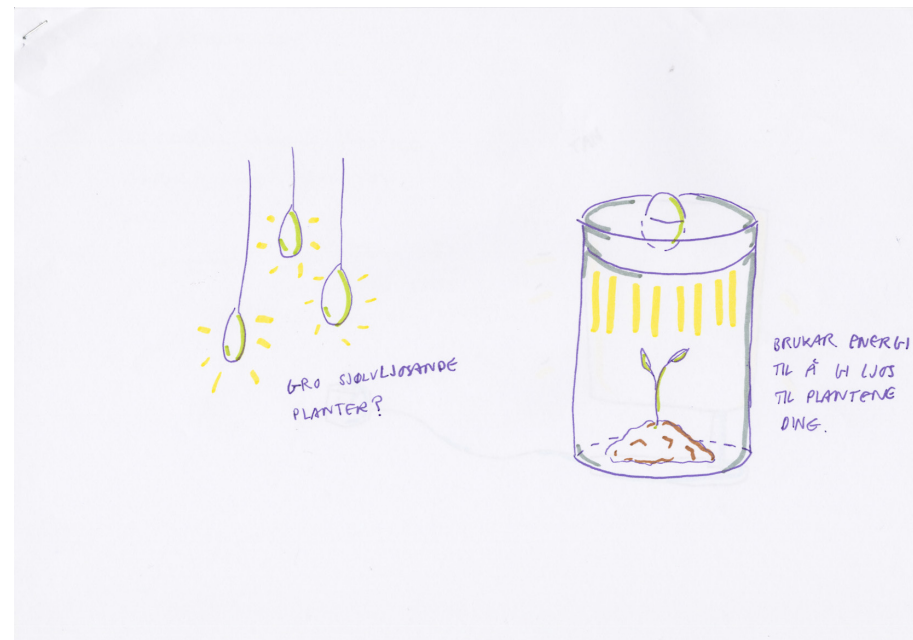
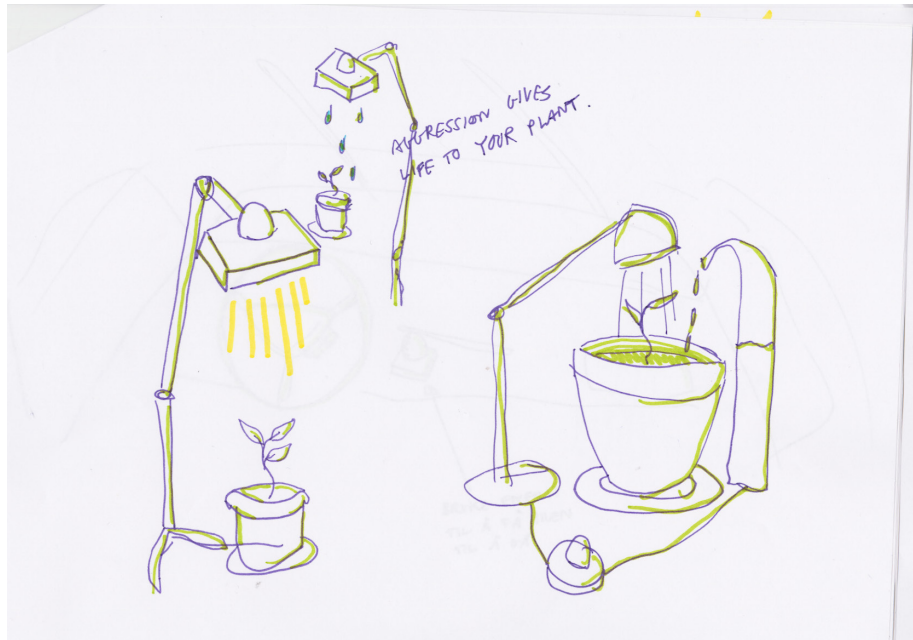
10.6 Sluttproduktet tar form

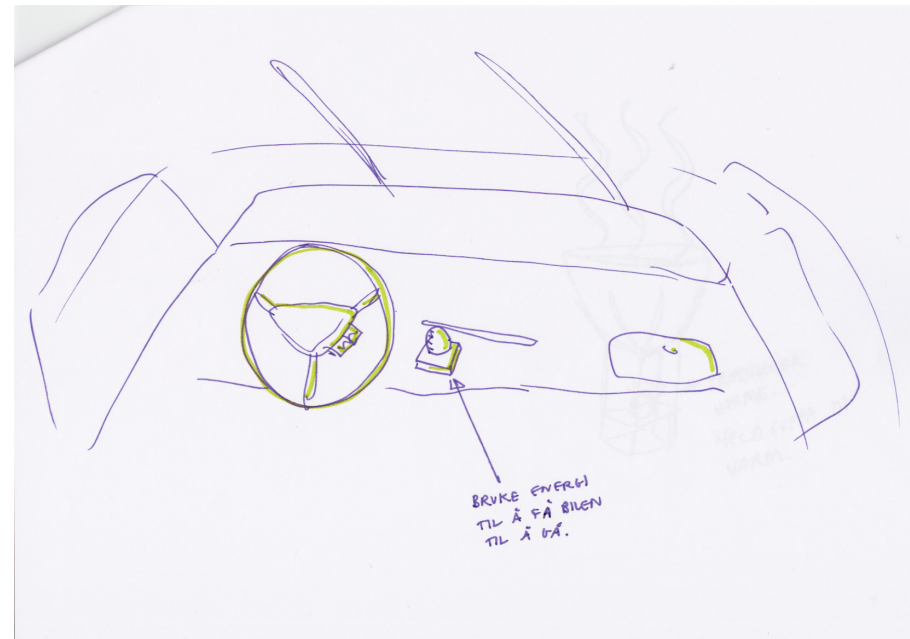
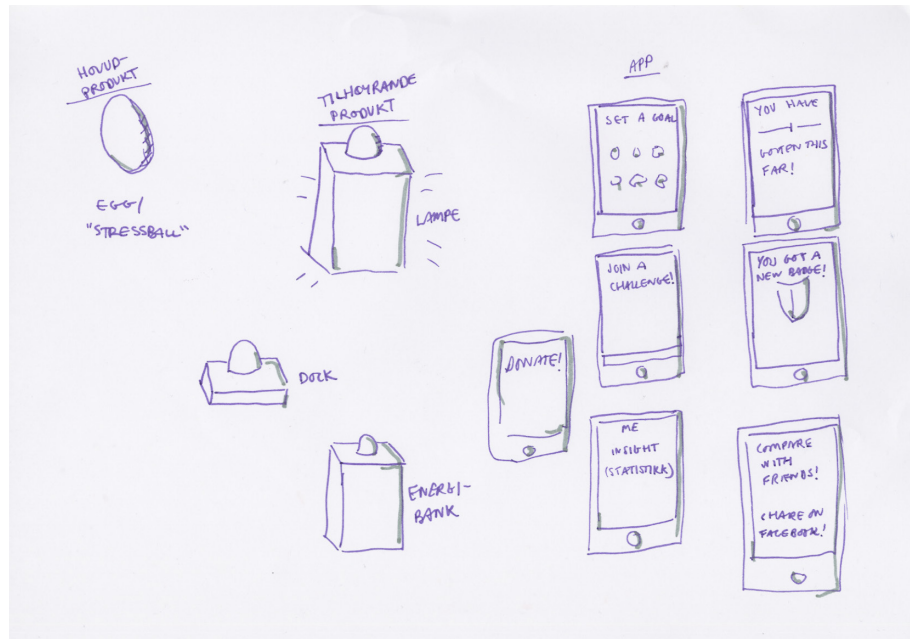
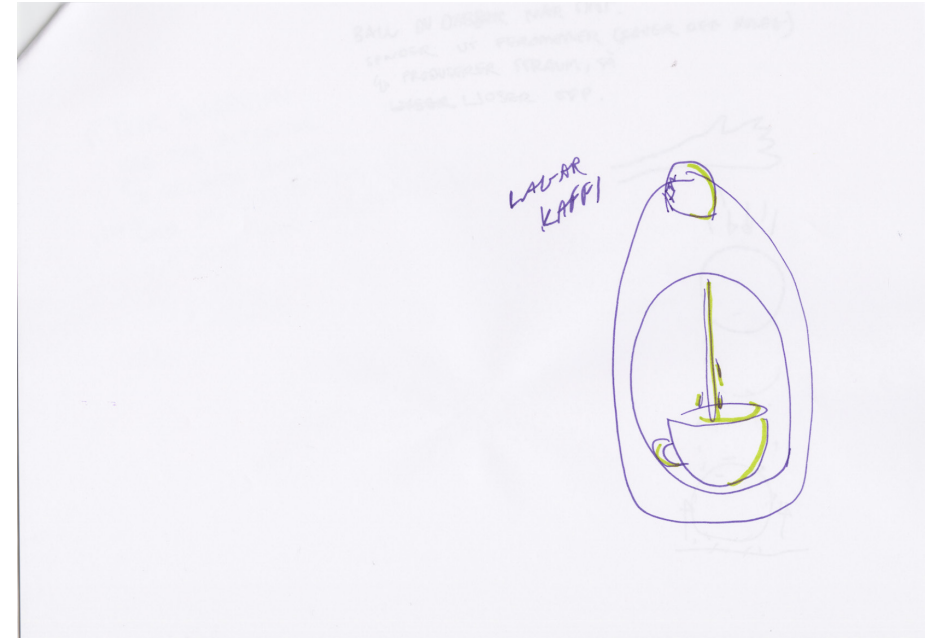
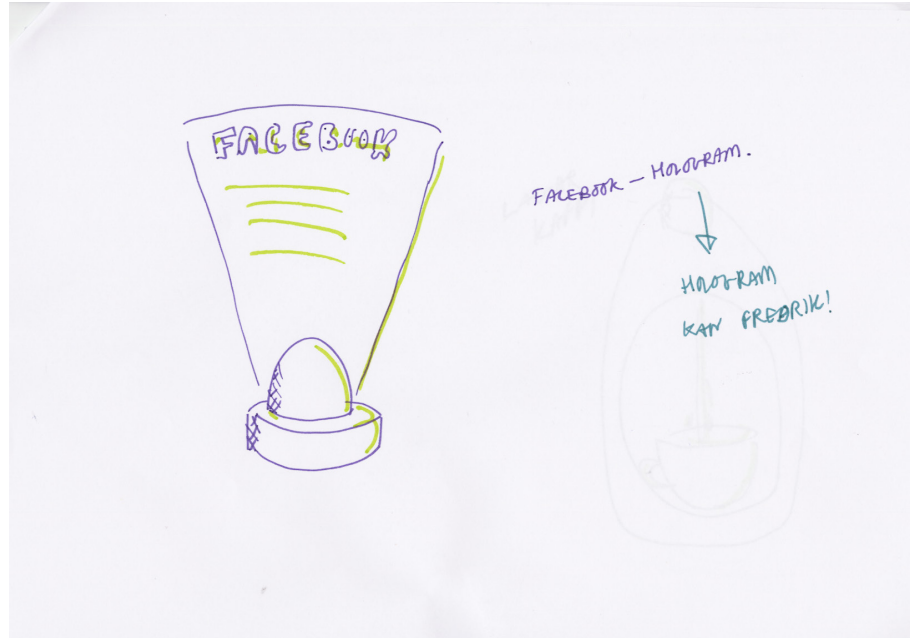
Igjen valte eg ut den idéen eg fann mest interessant og tenkte hadde størst potensiale etter å ha hatt idémylder. Valet falt på eit egg, som kan transformere aggresjonen din til energi du kan bruke på andre produkt. Produktet er skildra nærmare under «9.1 Kva er sluttproduktet?» (s. 22). Valet om å lage dette egget førte igjen fram til ein ny runde med idémylder, på kva for produkt denne energien kan brukast på. Blant idéane var ei lampe (med tilhøyrande slagord «Use your aggression to brighten up your surroundings»), lading av mobiltelefon og ljøs til planter.













11.0 REFLEKSJONAR OG VURDERINGAR

11.1 Har eg svart på eigen problemstilling?

Problemstillinga i prosjektet er, som presentert under «2.0 Kva vil eg finne ut av?» (s. 5), *korleis kan potensiale i aggresjon utforskast gjennom design?* Både gjennom prosessen og i sluttproduktet har eg har svart på eige problemstilling. I prosessen har eg vore inno m mange ulike løysingar av problemstillinga i både skisser og utprøvingar, og gjennom dette har eg utforska kva for potensiale aggresjon kan ha gjennom ulike måtar å anvende design på. Samstundes er det truleg uendeleg med retningar og idéar eg ikkje har vore inno m, då å skulle utforske eit tema byr på utruleg mange moglegheit ar. I sluttproduktet ser eg ganske bokstaveleg på kva som er potensiale i aggresjon, då produktet transformerer aggresjon til energi du kan bruke vidare.

11.2 Korleis vurderer eg prosessen?

Proessen har vore lang, nærmare bestemt to år. Prosessen har bestått i idémyl der, workshop og fokusgruppe, men også i definering av prosjektet gjennom teori og refleksjonar, samt analyse av andre prosjekt.

Eg kjenner at prosjektet i stor grad ikkje er forma av meg åleine, men at prosessen har spelt ei stor rolle. Det har derfor også vore viktig å ha stor tillit til den. Researchen eg har gjort kring samfunnsrelevans og kva aggresjon er har vore med å definere og vidareutvikle tema. Eg har bygga vidare på dei

funna eg har gjort og stilt spørsmål kring dei. Visuell analyse og eksempelstudier har vore viktig for å finne moglegheit ar og avgrensingar til prosjektet. Gjennom å analysere ikkje-kommersielle prosjekt, har eg også fått inspirasjon til korleis eg sjølv kunne bruke design for å nå måla sett i prosjektet.

I sjølve idéutviklinga og utprøvingane undervegs har eg aktivt brukt kjente metodar innanfor design for å jobbe fram sluttproduktet. Eg har først hatt ei rekke idéar, snevra det ned til ein eller få idéar, for så å ha ny idémyl der, for så å velje ut ein idé, for så å ha ny runde med idéar, og så bortover. Workshop og fokusgruppe har også vore med å forme vala tatt undervegs. Nettopp det at eg har latt den prosessen skje og i høg grad stolt på at den ville leie meg fram mot eit sluttprodukt, kan brukast som grunngeving for at prosessen har vore grundig, og eg har i stor grad undersøkt kva moglege løysingar kunne vere. Det har vore viktig for meg å ikkje gi meg med dei første idéane, eg ville jobbe meg forbi klisjéane, og har derfor kasta meg ut i stadig nye idéutviklingar basert på funna gjort undervegs.

Ein kan seie at prosjektet og prosessen er todelt, at det er eit paradoks, fordi det er eit ikkje-kommersielt prosjekt men med eit kommersielt sluttprodukt. Men det kommersielle er sekundært, det er eit verkemiddel for å kommunisere idéen. Det er dei

ikkje-kommersielle sidene ved prosjektet som er dei overordna, det er dei som ligg i grunnen. I prosjektet bruker eg design for å utforske ein problematikk, og ynskjer å kommunisere dette til publikum. Det eg har utforska er ikkje berre temaet aggresjon, men også kompleksiteten i det å vere menneske. Før eg byrja å jobbe på dette prosjektet likte eg godt å gå inn i rolla som kommentator, og hadde ofte eit ynskje om å kommunisere ei meining eg hadde gjennom design. Gjennom desse to åra har eg lært meg ein ny måte å jobbe med design og kommentere problematikkar på, noko eg har lært meg ved å røre meg i det som for meg var eit ukjent terreng eg gradvis har blitt kjent med og fått utforske, noko som har vore både spanande og nervepirrande. Eg oppfatt ar meg sjølv som ein designar med eit rikare reper-toar enn før, eg ser fleire moglegheit ar for korleis eg kan jobbe med tematikkar eg finn interessante.

11.3 Kva ynskjer eg at publikum skal reflektere kring?

Eg ynskjer at publikum skal reflektere kring eigen aggresjon og i kor stor grad dei vil eller hadde vore villig til å kontrollere den. Eg vil at dei skal stille seg spørsmål kring om dei ville ha brukt eit slikt produkt, og i så fall korfor eller korfor ikkje. Då psykolog Per Are Løkke snakkar om at det er retninga på sinne til jentene som må forandrast framfor å lære dei å tenke positivt om seg sjølv («4.3 Frå sint

til flink?» s. 9-10), kan ein seie at dette produktet tilbyr dei ei retning å vende sinnet framfor at dei vender det innover. I staden for at aggresjonen blir sjølvdestruktiv, kan ein bruke den til noko lurt. Samstundes er det noko essensielt dei gir frå seg, det er ei løysing som kanskje fungerer kortsiktig, men over lengre tid vil det ikkje løyse den eigentlege utfordringa. Eg ynskjer at publikum stiller seg spørsmål kring kva eigentleg aggresjon er, kva for rolle den spelar i livet deira og kva for rolle dei skulle ynskje den spelte. Og ved å presentere dei for ein tanke om at aggresjon er energi som kan nyttast på ulike måtar, vil dei tenke annleis kring kva aggresjon faktisk er?

Eg har også eit ynskje om at publikum reflekterer kring kva eit slikt produkt kan vere byrjinga på. På den positive sida, kva om ein framover kan bruke energi ein likevel meiner ein ikkje bruker på konstruktive måtar til noko som er nyttig? Ikkje berre for ein sjølv, men også miljøet. Samstundes kan det også vere starten på eit samfunn der ikkje berre ein sjølv kontrollerer eigen aggresjon, men at også andre aktørar kontrollerer folk sin aggresjon. Kven veit kva for informasjon eit selskap ville kunne hente ut om dei som bruker produktet, og korleis ville dei bruke det? Og ved å bruke eit produkt som sender ut feromon, lar ein jo nokon andre kontrollere korleis ein skal vere i staden for å vere sint, i kor stor grad er ein villig til å bli styrt?

Sjølv om det er refleksjon kring aggresjon eg har eit ynskje om å utløyse, rører også prosjektet ved andre tema, som til dømes den kommersielle verda, miljø og energikjelder. Refleksjonar kring desse aspekta

vil også kunne vere interessant, ein kan lese prosjektet som ein kritikk mot korleis den kommersielle verda kan vere kynisk, og ofte kryssar etiske grenser. Om tankar kring desse temaa også dukkar opp, vil eg finne det interessant, men eg håpar først og fremst at det er tankar kring aggresjon som dukkar opp blant publikum.

11.4 Korleis kan prosjektet utviklast vidare?

Prosjektet er eit type prosjekt som kan utviklast i nærmast det uendelege. Ein kan sjå for seg at utstillinga ikkje er slutten på prosjektet, men ei byrjing. Det er gjennom utstillinga at produktet blir ordentleg testa ut. Eg ynskjer å dokumentere korleis publikum sitt møte med produktet er, for å seinare kunne reflektere kring kva som skjer. Det vil vere mogleg å bygge vidare på prosjektet slik eg allereie i prosessen heile tida har vidareutvikla idéane mine.

Ein kan også seie at produktet i seg sjølv kan vidareutviklast i mange retningar. Ein kan finne nye produkt å bruke energien på, kan kome med nye bruksområde for produktet, vidareutvikle korleis produktet skal sjå ut eller oppføre seg, korleis ein skal marknadsføre det, og så bortover. At sjølv produktet kan utviklast i mange retningar ser eg som positivt, då det i dette er rom for publikum

sine tankar kring kva for moglegheitar som finst. Det finst mykje kring dette produktet som blir til i møtet med publikum, det er dei som formar verda kring det.

11.5 Kva for avgrensingar har prosjektet?

Dei største utfordringane i prosjektet meiner eg er å vite om måla eg har sett blir nådd, og å vite om eg har klart å meistre balansen mellom det verkelege og det fiktive gjennom produktet og presentasjonen av det. Om eg når måla om å skape nyfikenheit og refleksjon, meiner eg avheng av i kor stor grad eg klarer å skape eit produkt som framstår som verkeleg, men som ein etter ei stund anten skjønar eller byrjar å fundere på om er fiktivt. Den store risikoen i prosjektet er at det er ikkje sikkert eg lukkast med dette. Men eg vil påstå at om eg ikkje skulle få dette til, har eg likevel gjort det eg har kunna undervegs for å oppnå det, gjennom å ha ein lang prosess med gjentatte idémyldringar, workshop og fokusgruppe. Ein kan også tenke at det ikkje nødvendigvis er slik at det er dette prosjektet som direkte treng å føre til debatt, men at i det ein sett i gang ein prosess blant publikum der dei byrjar å reflektere kring temaet og blir nyfikne, kan det dukke opp nye samtalar, nye prosjekt eller nye produkt som tar utgangspunkt i det dei fekk ut av nettopp dette prosjektet.

12.0 KJELDER

I dei tilfella bilete/anna visuelt materiale er henta frå same kjelde som skildringa av same prosjekt e.l. i teksten, er det ikkje referert dobbelt. Det vil derfor både i biletteksten og i referanselista ikkje vere egne referansar til desse.

4.0 Kva er aggresjon – og korfor det relevant no?

Aakvaag, G.C. (2013) Hva skal dagens unge bruke stemmeretten til?. *Aftenposten* [Internett], 1. september. Tilgjengeleg frå: <<http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/Hva-skal-dagens-unge-bruke-stemmeretten-til-7295510.html#.Ui2SM-OT-sVc>> [Lest 5. november 2014].

Juul, J. (2014) *Aggresjon! Et nytt og farlig tabu?*. Oslo: Pedagogisk forum.

Lindgren, L. (2014) Å være ung er ikke for jævlig. Men søvnproblemer må man regne med. *Morgenbladet*, 15.–21. august, s. 6-7.

Løkke, P.A. (2014) Jenters stumme raseri – i diagnosenes tidsalder. *Tidskrift for Norsk Psykologforening* [Internett] 51, s. 767-772. Tilgjengeleg frå: <http://www.psykologtidsskriftet.no/index.php?seks_id=428791&a=3> [Lest 20. februar 2015].

Smith, V., Stemmler, S. og Hamschmidt, C. (2010) *ON RAGE*. Berlin: Revolver Publishing by VVV.

5.0 Korleis er aggresjon visualisert?

Ax, A. (2012) *The current, Am space* [foto av performance]. Tilgjengeleg frå: <<http://anastasiaax.se/works/step-into-the-current/>> [Henta 3. april 2016]

Dahle, G. (2002) *Snill*. Oslo: Cappelen.

Die Antwoord (2012) *Baby's on Fire* [musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://www.youtube.com/watch?v=HcXNPI-IPPM>> [Sett 2. november 2015].

Die Antwoord (2010) *Evil Boy* [musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://www.youtube.com/watch?v=efGtIiBw1yA>> [Sett 2. november 2015].

Die Antwoord (2012) *Fatty Boom Boom* [musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://www.youtube.com/watch?v=AIXUgt-NC4Kc>> [Sett 2. november 2015].

Fiske, A. (2005) *Sinne*. Oslo: Solum.

Kobra (2015) *ALLA ÄR ARGÄ!!* [Internett] Var tilgjengeleg frå: <<http://www.svtplay.se/video/3075256/kobra/kobra-avsnitt-4-1>> [Sett 21. april 2015].

Satyricon (2013) *The Pentagon Burns* [musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://www.youtube.com/watch?v=gxqC-uKp9Og>> [Sett 2. november 2015].

Satyricon (2013) *Fuel For Hatred* [musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://www.youtube.com/watch?v=eXNJcamjSaQ>> [Sett 2. november 2015].

Satyricon (2006) *King* [musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://www.youtube.com/watch?v=NQQdsKH3Qt8>> [Sett 2. november 2015].

6.0 Eksempelstudier

Bekken, D. (2015) *Screenheads* [Bachelorprosjekt]. Stilt ut ved ROM8 [Sett 27. mai 2015].

Bekken, D. (2015) *Z - Streaming* [Musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://www.youtube.com/watch?v=wSSHRhkDJA0&feature=youtu.be>> [Sett 22. august 2015].

Claessens, L., Spruit, K. (2015) *Mentaxis – Horizons* [Musikkvideo]. Tilgjengeleg frå: <<https://vimeo.com/131955567>> [Sett 15. september 2015].

Hendriks, A., Armstrong, R., van den Berg, J., Platt, D., Komarova, A. og Samaras, T.T. (2008–) *The Incredible Shrinking Man* [Heimeside]. Tilgjengeleg frå: <<http://www.the-incredible-shrinking-man.net>> [Sett 10. august 2015].

mischer'traxler studio (2008–) *the idea of a tree* [Designprosjekt]. Tilgjengeleg frå: <http://www.mischertraxler.com/projects_the_idea_of_a_tree_recorder_one.html> [Sett 18. Mars 2016].

Mottet, E. (2014) *Girls* [Stillbilde fra animasjon]. Tilgjengeleg frå: <<http://emiliemottet.se/Girls-Master-s-degree-project>> [Sett 16. november 2014].

Near Future Laboratory (2014) *TBD catalog* [katalog]. Kan bestillast via <<http://tbdcatalog.com>>.

7.0 Kva for designretning tilhøyrer prosjektet?

Hughes, R. og Jones, R. (2011) *Transdisciplinary Knowledge Production in Architecture and Urbanism*. Springer Netherlands.

Malpass, M. (2013) Between Wit and Reason: Defining Associative, Speculative, and Critical Design in Practice. *Design and Culture* [Internett], 5 (3), s. 341. Tilgjengeleg frå <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/175470813X13705953612200?journalCode=rfdc20>> [Lest 15. mars 2016].

Raby, F. og Dunne, A. (2013) *Speculative Everything : design, fiction, and social dreaming*. Cambridge, Mass: MIT Press.