

MINNEN • LYCKA DRÖMMAR



Själens ergonomi och den Emotionella metodiken

KU-projekt 2003 • Marie-Louise Gustafsson och Anita Ylipää

med stöd från  KONSTNÄRSNÄMNDEN

Sammanfattning

Syftet med detta projekt är att öka förståelsen för den enskilde individens inre värld. Samt hitta en metod att förmedla den, som ett informativt inspirationsmaterial till designers och andra kreativa yrkesgrupper.

Avsikten är också att fördjupa och vidga design som kompetensområde, för oss och för andra.

Denna studies föresats är att skapa en plattform för vidare arbete. Vi kan kalla detta en förstudie av projektet och en motivering för en vidareutveckling.

Vi har valt att prata med den ”vanliga” människan för att lyfta fram dennes egenskaper/positiva känslor som en faktor att ta i beaktande tillsammans med andra aspekter i designprocessen. Kvalitativa intervjuer har genomförts med fyra personer för att samla in ”känslomaterialet”. Materialet har behandlats av oss för att få en visuell och kommunicerande form. Intervjumaterialet är ämnat att samlas i en ”bank”.

”Banken” är ett arbetsnamn på verktyget, kopplingen mellan intervjuerna och design samt mediet som förmedlar intervjuernas information vidare. Bankens innehåll kommer att bestå av människors inre värld. Banken ger oss möjlighet till samt övning i förmågan att, föreställa oss saker som man vi inte upplevt själv. Detta gynnar kreativitet och fantasi.

Banken fungerar som en länk mellan människors inre värld och den yttre för att den yttre världen, i förlängningen, på ett bättre sätt skall kunna länkas till den inre. Perception av de produkter som existerar i den yttre världen formas också i den inre världen.

Tanken är att banken ska användas som en informativ inspirationskälla. Den ska generera lust och positiva känslor hos användaren. Fungera som ett alternativ eller komplement till inspirationskällor man vanligtvis använder. Den kan egentligen användas när som helst i arbetsprocessen, vid initialfasen av projekt, inspirationsfasen eller vid faktainsamlande.

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	1
Innehållsförteckning	2
1. Inledning	3
1.1 Bakgrund.....	3
1.2 Syfte	10
1.3 Avgränsning.....	10
2. Metod.....	11
2.1 Kvalitativ kontra kvantitativ metod.....	11
2.2 Kvalitativ intervjumetod	12
2.3 Hermeneutik (i korthet)	13
2.4 Urval.....	13
2.5 Reflektioner, intervjuarbete	13
2.6 Reflektioner tolkningsarbete.....	15
3. Minne, Lycka och Drömmar.....	18
3.1 Minnet	18
3.2 Lycka.....	22
3.3 Drömmar.....	26
4. Empiri.....	30
4.1 Arbetets gång	30
4.2 Citat ur intervjuer.....	34
5. ”Banken”.....	39
6. Slutsats.....	41
6.1 Vidare arbete.....	42
6.2 Vision med arbetet	42
Index.....	43
<i>Tidskrift</i>	44
Bilaga	45

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Om man frågar en människa på gatan vad en designer är så kanske man får följande svar:
– Någon som sätter form och färg på coola kläder och prylar. Någon som bestämmer vad som är inne. Någon som ger oss det nya, som ger oss begär att äga och att konsumera, på gott och på ont.

F A K T A: Vad är en industridesigner?

"Industridesignerns uppdrag kan idag se ut på en rad olika sätt. Han eller hon kan designa konstnärligt starkt uttrycksfulla föremål, som till exempel möbler eller bohagsartiklar. Han eller hon kan designa ting, redskap, apparater, etc. utifrån brukarnas eller beställarnas behov och förutsättningar. Han eller hon kan designa delar, som sedan kan kombineras på olika sätt eller sättas samman till andra produkter. Han eller hon kan också designa de system som leder till produktion. Ibland handlar det om immateriella system, ibland om de maskiner som möjliggör en produktion.

Definition av industridesign: En medveten och skapande aktivitet som innebär att förena teknologin och/eller material med en social dimension för att hjälpa, tillfredställa eller påverka människans beteende. Frågor som industridesignerna å ena sidan och köparna och användarna av industridesign å andra sidan kan ställa är: fyller produkten ett behov väl; är den bra i miljön, för miljön; är den säker och minskar den risker; är den bra att hantera och reparera; finns det ekonomi bakom material, teknik, energi; finns det fantasi bakom form, färg, funktion; är den värd sitt pris?

Formgivare, industridesigners, konsthantverkare och arkitekter är några av de yrkesutövare vars profession bland annat består av ett utvecklat seende och en sensibilitet för form, proportioner, dimensioner, färger, texturer, material, rytm och rörelse. Denna genom utbildning och träning odlad talang skulle kunna utnyttjas i allt högre grad i vårt samhälle"¹

Skulle man fråga Marie-Louise och Anita vad en industridesigner är så skulle vi nog svara allt ovanstående med ett tillägg:

– Vi undersöker fortfarande vilka industridesigners vi är, vilka vi kan bli och vilka vi vill vara.

Detta gör vi på olika sätt. Vi diskuterar mycket med varandra. Det är bra för att vi tränar oss i att prata om och definiera det vi gör och vill göra. Vi läser mycket, vi fascinerar oss över den ena vetenskapen efter den andra. Herregud, det verkar som att allt hänger ihop. Det verkar dessutom som att allt går att relatera till design. Vad bra, men hur obildade är vi inte efter fem års högskolestudier om vi visste så lite om detta? Vi hittar också mycket

¹ Enligt: Wickman Kerstin, Mannervik Ulf, (1999), Mötesplats för form och design, Statens offentliga utredningar Kulturdepartementet, Regeringskansliets Offsetcentral, Stockholm

bekräftelse för våra egna tankegångar om hur vi vill utveckla vårt arbete. Hur vi ska formulera vår designfilosofi. Vår egen mening med design.

Projektet som vi nu ska berätta om är ett experiment och ett allvarligt menat försök att hitta denna mening. Experimentet är ett allvarligt menat försök att göra alla lite gladare.

Design och sociologi och kultursociologi och filosofi och psykologi och...

När jag åkte med tåget hem från norrland så satt jag och pratade med en man på kanske fyrtio år i restaurangvagnen. Vi kom in på vad jag jobbar med. Industridesigner, sa jag och förklarade vad en industridesigner gör, dvs. bland annat sakerna omkring oss. Jag satt också och läste en bok "Modernitetens följder" av Anthony Giddens. Jag sa att jag läste boken som en del av ett projekt jag jobbar med, som handlar om design. Mannen kunde inte se kopplingen mellan att läsa en teoretisk bok och att arbeta med design. Hur kan sociologi kopplas ihop med ett praktiskt, skapande yrke? Ni ska väl bara känna, inspireras och uppfyllas av skapande, sa han. Hur kan sakerna omkring oss ha någon som helst koppling till teori? Hans frågeställning upplevde jag som ganska naturlig, och förväntad. Den här distinktionen mellan teori och praktik/skapande är gammal och allmänt accepterad. Antingen så läser man eller så gör man. Och är man konstnär/designer så uppfylls man bara av något odefinierbart, som naturligtvis är häftigt och få förunnat, men ändå något som man egentligen inte ska försöka förklara eller sätta ord på.

Men den tiden när ovanstående var en sanning har vi väl gått förbi nu med allt prat om designforskning och designteori. Att vi ändå känner oss tvungna att förklara varför vi söker oss till teorin, är kanske ett tecken på att vi inte är riktigt där än. Det är dessutom bra att tjata om saker som man tror på. Varför känns detta så viktigt för oss just nu?

Vi söker efter de rejäla utmaningarna. Vi vill jobba som vi redan tänker och egentligen har tänkt ända sedan vi började på den här banan: Ett eller flera steg längre bort. Det går inte att börja där vi står nu, vi måste och vill börja längre bort eller djupare in.

Varför ger vi oss in på teoretiska områden när vi har en praktisk utbildning? Antagligen för att vi hittar så många sammanhang mellan det vi läser och det yrke vi är tränade för. Vi kan inte separera design från det samhälle den existerar i och från alla de tankar som är formulerade i den akademiska världen. Att vara en högskoleutbildad praktiker skapar ett begär efter teorin. Varför hänger inte teori och praktik ihop mer redan under utbildningen?

För att kunna göra bra design måste man se på helheten.

Allt är en helhet, fungerar och existerar beroende och på grund av varandra. Symaskinen och kylskåpet säger mycket om den tiden som de skapats i. Vi måste ha en förståelse för hur världen ser ut och fungerar för att kunna göra det som alla designers drömmer om, nämligen att formge framtiden. Att formge precis det som vi alla längtat efter att få se och använda utan att vi visste om det. Det kommer aldrig att ske om vi formger nya symaskiner med utgångspunkt ur de redan existerande.

Läser man exempelvis sociologi så kan man få syn på vissa fenomen i samhället som man annars tar för givet. Att man reflekterar över dem på ett mer direkt sätt gör också att man börjar reflektera över det som vi själva gör. Är det någon som tror att det räcker med att bara fyllas av en oförklarlig inspiration? Är det någon som ens tror på att den inspirationen kommer ur ett intet? Allt som jag gör kommer ur mig och mina erfarenheter. Det går inte att komma runt det.

För att kunna tänka nytt inom design måste vi alltså utöka våra erfarenheter.

För att kunna göra nya saker för den värld vi lever i måste vi ha en förståelse för den världen och för människorna i den. Varför börjar en designer läsa filosofi, psykologi, sociologi eller kultursociologi? Det är ett sätt att bryta sig fri ifrån invanda föreställningar. Det är ett sätt att se saker ur ett bredare perspektiv för att förstå varför vi gör det vi gör och vad vi ska göra sedan. Vi kan öka vår medvetenhet om och förståelse för oss själva, som individer, som designers, vår omgivning och hur samhället i stort fungerar. Samt de olika fenomen och riktningar som uppstår i ett samhälle.

I detta projekt vill vi ge designern ett större sammanhang ett sammanhang utanför kontorets väggar. Men designern jobbar ju ofta emot en producent. Därför vill vi i förlängningen också ge producenten ett större sammanhang och ett tillfälle till reflektion. Till slut vill vi att konsumenten, du och jag, ska få del av detta.

Det handlar om designerns roll i samhället, det vi gör möter människor hela tiden, då är det också vårt ansvar att vara medvetna om den roll vi faktiskt spelar i samhälle och människans dagliga liv. Design är en del av allas våra liv och vardag.

Som hand i handske

Varför görs det så många projekt i denna anda nu?

Det är ingen slump att många ser ett behov av att fördjupa och förnya design. Själva ordet håller på att slitas ut i och med hypen och boomen av designutbildningar. Många, många vill designa, designar och allt fler kommer att designa, högt som lågt. Med eller utan den högskoleutbildning som vi har. Därför vill vi gå vidare, fördjupa och höja statusen på vår designkompetens. Därför söker vi förebilder och lärdom i andra världar än i designvärlden. Varför ska vi konkurrera om att få göra en ny mobiltelefon? Vi vill göra mer än så och vi vill framförallt tänka minst femton steg längre. Vi vill kunna påverka mer än köplusten och fler än konsumenten.

Det är skönt att se att vi verkar i ett sammanhang. Vi läser texter av designers och designtänkare i Sverige och i övriga världen, vi tar del av vad de säger och förstår att det finns en stark gemensam rörelse. Det känns bekräftande att veta att det är så. Ibland upplever vi det också som att vi säger allting en gång till, det som redan är bra sagt av någon annan, men vi vill gå igenom alla de här tankarna själva och det är ju också den genomgången som leder oss vidare i vårt arbete. Det är följderna av våra resonemang som får oss att vilja göra just detta projekt.

Vi drömmer om att design ska bli ännu mer meningsfullt, roligt och överraskande. Lycka är för oss att få vara med om att påverka i den riktningen. Om inte annat så för att vi ska ha riktigt bra minnen att se tillbaka på i framtiden.

Kommunikation, relation och lyhörddhet

En av de viktigaste sakerna i en människas liv är att vi är sociala varelser, vår kommunikation med andra och de relationer vi har. Designern jobbar också med dessa termer. Vi (designern) ska kommunicera med människor, vi vill skapa en relation till användaren med det som vi formger. I vårt projekt tar vi detta ett steg längre.

En relation bygger nämligen på lyhörddhet. Att man hör vad den andra personen säger, att man försöker sätta sig in i dennes situation och skapa en ömsesidig förståelse. Om vi försöker skapa en direkt relation med människor, kan vi då hitta ett bättre sätt att kommunicera med dem, att möta dem i det vi gör? Istället för att bygga det vi gör på antaganden om vad de tycker/känner och med hopp om att de förstår.

Så, för att fördjupa och förbättra designen ska vi alltså möta människor.

Mötet med olika människor öppnar upp för tankar och idéer som inte kan konstrueras på annat sätt än genom direkt kommunikation. Denna kommunikation är också nödvändig för att bemöta och förstå en omvärld i ständig förändring.

Vi vill röra oss bort från generaliseringar, indelningen av människor i på förhand definierade grupper, med tillhörande egenskaper. Vi vill få kontakt med individen. En individ består av många olika erfarenheter och uppfattningar. Därför är det svårt att passa in någon i en grupp, man kanske delvis passar in i flera eller inte i någon.

Jag kanske till exempel delar erfarenheter med en 30-årig ensamstående bonde i Vännäs för att vi har haft samma bil som gick sönder på samma sätt. Jag kanske har lika fantastiska minnen av Verona som den förtidspensionerade kvinnan som bor en trappa ner. Dessutom kan det vara så att jag och Kungen delar erfarenheten av att vara tonårsföräldrar, eller äga en hund. (Jag gör ingetdera, men jag kom inte på någon erfarenhet som jag delar med Kungen) Jo, vi bor ju i Stockholm bägge två. (hurra) (Ja, Kungen, ja. Jag undrar vad som gör honom glad.)

Lycka, längtan, glädje, drömmar, hopp och lust och fägring stor.

Alla människor i världen, oberoende kultur, religion, status har något fundamentalt som vi delar och har förståelse för, nämligen känslor, som minnen, lycka och drömmar om framtiden. Upplevelsen av dessa känslor är antagligen mer eller mindre desamma, men det som framkallar känslorna skiljer sig från person till person, mellan kulturer och livssituationer. Vi ska alltså börja gräva i det positiva känsloregister som varje människa äger. Vi är nämligen övertygade om att detta är något som vi alla behöver prata om och ta på allvar.

En dålig känsla är nämligen inte viktigare än en bra. En lycka är inte mer banal än en olycka. Ett positivt *val* kanske till och med säger mer om människor än det negativa som ofta *drabbar* en. Visst kan man också drabbas av lycka men det är ändå ofta en följd av ett antal val som är gjorda av någon. Det behöver inte vara personen själv utan kan lika gärna komma från någon annan. Man kan bli lycklig av att få en kram, att lyckas med sitt arbete, att åka på en resa och att köpa en ny kjol. Olycklig kan man bli av att drabbas av sjukdom

eller att göra ett misstag eller att någon gör en illa. Olycka är det väl ingen som väljer även om den naturligtvis kan grunda sig på dåliga val?

Skulle det då kunna vara så att samtalet om positiva saker i livet säger mer om personen än om vi pratar om problem?

Så, för att fördjupa och förbättra designen ska vi alltså intervjua människor om deras positiva känslor, lycka, längtan och minnen.

Att intervjua är också ett sätt att söka det irrationella och oväntade i situationer som uppstår i mötet med andra. Vi vill röra om lite i allas våra hjärnor.

Vi väljer att prata med människor om det de tycker är positivt i sina liv. Detta kan tyckas meningslöst och kanske löjligt. Hur ska vi som designers kunna använda det? Det känns mycket mer lätt och självklart att fråga dem var dom har ont någonstans och vad de tycker är dåligt i köksmiljön. Det kan vi ju genast svara emot. Ja, vi höjer diskbänken och ger dig en ny kontorsstol. Men vad är det som ger människor mening i deras liv? Vad är det som gör det värt att gå upp och ändå ställa sig vid den för låga diskbänken och att sätta sig i den usla kontorsstolen? Problem kan man stapla på varandra i all oändlighet, det krävs inte särskilt mycket reflektion att prata om dem och det gör ju heller ingen glad att diskutera dem. Dessutom handlar ju ovannämnda problem om kroppen, ergonomin och kunskapen om denna, är redan väldigt stor och utredd, vilket är väldigt bra.

Men hur är det då med vårt inre? Kroppen och själen är ett och kan aldrig separeras. Själen, känslorna och lyckan behöver också uppmärksammas och absolut av oss som är designers. Det är vår plikt att se på hela människan. Det är också vår plikt gentemot oss själva. Vi är ju själva konsumenter och delaktiga i den omvärld som vi själva är med om att skapa. Då kan man tycka att vi ska kunna svara på dessa frågor själva. Tyvärr är det dock så, att alla människors begränsning är att vi är produkter av våra egna erfarenheter och vår egna specifika omvärld. Vi kan inte veta hur din omvärld ser ut, men för oss var det till och med svårt att hitta en tonåring att intervjua. Vi kände ingen i Stockholm som kände någon. Det är klart, skulle vi läsa tonårstidningar så skulle vi kanske få svar på vad de tänker. Eller snarare tidningens vilja att tonåringen skall tänka eller i vilket fall tidningens uppfattning om detta. Men det är ju inte tonåringens egen bild av sig själv och sin omvärld. Det är ju också individens egen berättelse om sina positiva känslor och upplevelser som vi söker.

Varför vill vi veta vad individen tycker? Individen är vanligtvis inte expert på att uttala sig om samhället i stort, om design eller ens varför individen är och tänker som den gör. Dock är individen expert på att vara just den individen. Poängen är att fiska djupare i det expertområdet, för att få dem att tänka efter och vara tvungna att sätta ord på och förklara särskilda omständigheter.

Vi framtvingar en reflektion hos de vi intervjuar. De måste reflektera över saker som de kanske annars inte aktivt tänker på. Det framtvingar i sin tur en reflektion hos oss, vi tvingas att omvärdera våra fördomar och att sätta oss in i andra människors berättelser och verklighet. Materialet kommer sedan förhoppningsvis att framkalla en reflektion hos dem som tar del av det. Vi och de som tar del av materialet blir tvungna att omvärdera och sätta oss/sig in i och försöka förstå någon annans verklighet. Detta skapar nya tankar och nya idéer och hjälper oss ur slentrianmässigt tänkande.

Att vi sedan också kan fascineras över vad människor egentligen tycker och tänker, att de vill och vågar berätta det, är en bonus för alla.

Så, för att fördjupa och förbättra designen ska vi aktivt använda oss av vår egen och andras positiva känsla/emotion i projektet och i vår formgivning.

Ord som kan eller bör användas även när det gäller funktion, samhälle och framtid. Vi tror att det sant innovativa och behövda finns att hämta där. Vi tror att detta kan skapa en mer levnadsduglig värld. Resultatet av detta ska höja den emotionella kvalitén på materiella och immateriella produkter. Det ska skapa en mer mänsklig designtanke.

Alltså,

- *För att kunna göra bra design måste man se på helheten.*
- *För att kunna tänka nytt inom design måste vi utöka våra erfarenheter.*
- *För att fördjupa och förbättra designen ska vi möta människor.*
- *För att fördjupa och förbättra designen ska vi intervjuar människor om deras positiva känslor, lycka, längtan och minnen.*
- *För att fördjupa och förbättra designen ska vi aktivt använda oss av vår egen och andras positiva känsla/emotion i projektet och i vår formgivning.*

1.2 Syfte

Syftet är att öka förståelsen för den enskilde individens inre värld. Samt hitta en metod att förmedla den, som ett informativt inspirationsmaterial till designers och andra kreativa yrkesgrupper.

1.3 Avgränsning

Det vi nu presenterar av projektet betraktar vi som en pilotstudie. Studien ska betraktas som ett underlag och ett material att bygga vidare på. De ekonomiska förutsättningarna gör att vi begränsat oss till att göra fyra intervjuer, alla i Stockholmsområdet. De ekonomiska förutsättningarna gör också att ”banken” ännu är under utveckling till form och innehåll.

2. Metod

2.1 Kvalitativ kontra kvantitativ metod

I ett kvantitativt tänkande så använder man sig ofta av siffror men också av begrepp såsom längre, fler och mer. Hur ofta, hur många eller hur vanligt är också vanliga frågor. I en kvantitativ studie frågar man också många människor för att få ett trovärdigt underlag. Det kan till exempel fungera som en enkät, i dessa fall eftersöks ofta raka och entydiga svar, man vill utifrån detta kunna dra slutsatser. Man vill kunna kvantifiera. Si å så många gillar t ex röda äpplen. Si och så många gillar röda äpplen för att de är röda och si och så många gör det för smaken.

Ofta ses det som går att räkna och mäta som bättre och mer tillförlitligt och mindre spekulativt. Vi är nämligen väldigt vana vid att tänka i kvantitet. Det upplevs ofta som lättare att förstå. En kvantitet kan alltså upplevas vara mer sann och är också användbar i många sammanhang.

"Den kvalitativa forskningen bygger på förutsättningen att vi genom språket kan ta del av varandras inre värld".² Forskaren samlar icke mätbara data ur ett inifrån - perspektiv. Språket utgör forskarens instrument. Enligt Hollins (1991) använder sig forskaren vid kvalitativ metod av bland annat ett mindre urval undersökningsenheter, halvstrukturerade personliga intervjuer och lång intervjutid (tim.).

Om man tänker kvalitativt, tittar man inte på människan som en variabel, som man gärna gör i den kvantitativa metoden. Människan, individen är inte enheten utan det är egenskapen som är enheten. Man vill försöka förstå och hitta mönster. Kvalitativ intervju, även kallad: informell intervju, djupintervju och in-dept intervju, är en typ av intervju som går ut på att förstå hur den intervjuade tänker och känner. Vilka erfarenheter den har och hur den intervjuades föreställningsvärld ser ut. En kvalitativ intervju innebär att man ställer ganska få och enkla frågor som uppmuntrar till långa och berättande svar. Efter intervjun har man alltså ett stort material att arbeta med. Ett tvåtimmars samtal innehåller mycket information.

² (Patel, Tebelius, 1987, s.44).

I detta projekt är vi ute efter människors inre värld, deras tankar och känslor vilket är svårt att mäta i kvantitet. För att få en förståelse krävs en dialog med frågor och följdfrågor som föds under samtalet beroende på de intervjuades olikheter. Det är i vårt fall också mindre intressant att kategorisera materialet efter till exempel ålder och kön.

2.2 Kvalitativ intervjumetod

När man gör en kvalitativ intervju så sker en interaktion mellan den intervjuade och den intervjuande. Detta resulterar i en större erfarenhet och förståelse för sig själv, hos den intervjuade. För intervjuaren en varseblivning av den intervjuades svar, verbalt och ickeverbalt.³ Här kan man poängtera värdet av att vi som designers, gör intervjun. Vi interagerar alltså med den specifika erfarenhet och tankevärld, metod som yrket ger oss. Hela intervjun genomlysas alltså av målet vi har med intervjun. Av våra specifika erfarenheter och de erfarenheter och den bild av sin värld som den intervjuade vill förmedla. Att vi är designers innebär ju också att kvalitativa intervjuer inte ligger inom vår expertis. Men friheten som finns i metoden gör att vi känner oss tillåtna att använda den. I dags läget ser vi ingen anledning att genom analys dra slutsatser av materialet vi samlat ihop. Vårt största arbete ligger i att ställa frågor som genererar, för oss, användbara svar.

Även om vi har valt ut personer ur olika åldersgrupper, går vi emot den (ofta) alltför demografiska tanken i uppdelningen mellan människor. Ålder, kön, klass, utbildning har betydelse, men detta blir ändå en alltför förenklad och generaliserande bild av den komplexa individen. En uppdelning där egentligen ingen passar in. Vi försöker se på dem vi intervjuar som individer. I och med detta försöker vi förhålla oss friare till våra egna fördomar om, på förhand och av vana, kategoriserade grupper. Det blir en rättvisare bedömning av materialet om vi undviker att tolka en viss åsikt till en viss ålder. Vi försöker också hålla oss från att göra dessa bedömningar och klassificeringar under själva intervjun. Vi vet inte varför personerna tänker och reagerar som de gör, de måste de själva försöka svara på. Men vi är naturligtvis heller inte blinda för att ålder, kön och så vidare ibland kan ha en betydelse.

”Det väsentliga är att jag som intervjuare försöker förstå den intervjuade, att jag sätter mig in i hans eller hennes sätt att tänka, den för den intervjuade gällande föreställningsvärlden. Den intervjuade och intervjuaren kan ha helt olika sätt att resonera och känna.”⁴

³, ⁴ (s.35) Trost, Jan. Kvalitativa intervjuer

2.3 Hermeneutik (i korthet)

Hermeneutik är ett vetenskapligt synsätt (som skiljer sig från positivism). Det är detta synsätt vi använder. Inom den hermeneutiska inriktningen förhåller sig forskaren inlevelsefull, värderande; subjektiv till det som undersöks.⁵ Inom hermeneutiken försöker man tolka olika företeelser och öka förståelsen för det man undersöker. "Det hermeneutiska tillvägagångssättet förutsätter att man kan få en fullständig förståelse av händelseförlopp genom att tolka och till en meningsfull helhet sammanfoga det som finns i människors medvetande".⁶ All forskning bör vara värdeneutral, det vill säga fri från de eventuella värderingar som forskaren har. Ingen kan dock helt frigöra sig från sina subjektiva uppfattningar eller åsikter. Patel-Tebelius menar att inom hermeneutiken är forskarens värderingar o erfarenheter en förutsättning för att tolkning av information överhuvudtaget skall kunna genomföras.

2.4 Urval

"Generalisering och representativitet är inte det mest centrala när man gör urval till en kvalitativ undersökning".⁷ Urvalet skall speglas ur kvalitetsaspekter, ej statistiska aspekter. Det primära är att få en variationsrikedom.

Vi har valt att intervjua fyra personer. Två män och två kvinnor, två som är pensionerade och två som är tonåringar och fortfarande går på gymnasiet. Två av informanterna bor i Stockholms innerstad och två bor i Storstockholm. Informanterna skiljer sig även i ursprung, två stycken är födda i Sverige med svenska föräldrar, en är andragenerationens invandrare och en är född i ett annat land men har flytt till Sverige.

2.5 Reflektioner, intervjuarbete

För att få en så hög trovärdighet som möjligt på arbetets utfall är det viktigt att vi inhämtar information som är så trovärdig som möjligt. Till exempel är det viktigt att informanten uppfattar problemet som betydelsefullt och intressant för att denne ska vilja ge uttryck för sina uppfattningar och värderingar. Genom att skicka ut frågehäftet i förväg till

⁵ (1987), Patel, Tebelius, Grundbok i forskningsmetodik. Studentlitteratur

⁶ s 152,(1991), Widersheim-Paul, Eriksson

⁷ s 174 (1991), Holme, Solvang, 1991.

informanterna ökar vi också trovärdigheten. Vi som intervjuare framstår som seriösa och informanterna får tillfälle att reflektera över frågorna och förbereda sig.

Kontakt togs med respektive informant i god tid. Dessa informerades om syftet med projektet samt betydelsen av att just den informanten deltar och dess anonymitet. Häftet vi skickade ut med frågeställningarna mottogs bra, det märktes vid intervjutillfället att informanten hade reflekterat över frågorna. Informanterna verkade dock lite förvirrade över några av de frågeställningarna vi gav dem. Dessa frågor var för lika. Till nästa gång kommer vi att vara tydligare i våra frågeställningar. Detta problem gjorde också att materialet blev svårare att utvärdera, därför har vi också ändrat kategoriernas rubricering. (Från ”*minnen, glädje, längtan och drömmar*” till ”*minnen, lycka och drömmar*”).

Ytterligare en faktor som ger materialet större dignitet och användbarhet är att be informanten förklara grundligt vad han eller hon menar. Mycket är underförstått inom till exempel en kultur. Sergels torg behöver inte förklaras för en Stockholmare, men betyder ingenting som begrepp för någon som aldrig varit där. Det är därför viktigt att beskriva till exempel platser eller aktiviteter och den roll de spelar. Det kan också antas att alla ser på Sergels torg på samma sätt, men inte heller detta är säkert. Vi kommer mer aktivt att uppmärksamma detta under intervjuarbetet i framtiden.

Ett annat problem som uppstått vid tolkning av materialet och bankens utformande, var frågan om anonymitet. Vi har förstätt att anonymitet inte är möjlig att uppnå i linje med den ambition som projektet har. I fortsättningen kommer informanterna informeras om detta vid första kontakttillfället.

När det gäller val av plats för intervju, finns inga givna regler. Det bör vara ostört och sakna åhörare. Den första intervjun genomfördes i informantens hem då vi delvis såg det som önskvärt ur informantens synvinkel gällande trygghet och bekvämlighet samt ytterligare information om den intervjuade. De näst påföljande intervjuerna skedde i offentlig miljö, detta för att lägga större fokus på personen och inte på deras hemmiljö/saker. Vid utvärdering av dessa val inser vi att bägge har fördelar och nackdelar. För framtida intervjuer ser vi en möjlighet i att röra oss mellan människans inre och yttre miljöer. Vi tror att det finns ett värde i att fråga informanten om vilken plats de föredrar, att de får visa en plats de tycker om. Detta kan skapa ett intressantare bildmaterial. Intervjun kan också ske vid olika tidpunkter för att möjliggöra en förflyttning mellan platser/miljöer.

För att öka trovärdigheten ytterligare bör den som intervjuar vara medveten om de eventuella störningar som kan inträffa vid en personlig intervju. Det är viktigt att förhålla sig okritisk som intervjuare, att inte ställa ledande frågor. Vi har inte under intervjuerna märkt några störningar hos informanterna. Däremot, vid genomlysning av materialet, har störningar uppmärksammats. Dessa störningar beror mestadels på intervjuarna. För ledande frågor har ställts, intervjuarna pratar för mycket samt att informanten tillåts avvika ifrån ämnet under för stora delar av intervjun. Detta har vi nu uppmärksammat och kommer att rätta till vid nästa intervjutillfälle. För att öka tillämpligheten vid utvärdering av intervjutillfället, har vi valt att använda oss av fler tekniker förutom ljudupptagning. Vi har använt oss av filmupptagning samt av fotografi.

2.6 Reflektioner tolkningsarbete

När man gjort intervjuerna så ska materialet, bearbetas, analyseras och tolkas. I den kvalitativa metoden finns det inte många regler för detta arbete. Det rekommenderas inte i denna metod att göra analysarbetet i direkt anslutning till intervjuerna. En distans till intervjun var bra, det var lättare att höra vad informanterna sa då själva intervjutillfället hade bleknat i våra minnen.

Tolkningsarbetet i den kvalitativa intervjumetoden kan se olika ut. Det finns flera möjligheter att göra materialet tillgängligt för bearbetning.

- En möjlighet är att lyssna till upptagningen en eller helst flera gånger.
- en annan möjlighet, som inte utesluter den första, är att skriva ut hela intervjun.
- En tredje möjlighet är att man lyssnar på bandet, skriver ner vissa minnesanteckningar, gör en sammanfattning av intervjun där man dessutom omstrukturerar den så att strukturen passar den som man har i intervjuguiden.

Detta för att alla intervjudata får samma struktur och blir lättare att analysera. Fördelar är att man tar bort allt ointressant material som inte har med studien att göra.

Vi har använt oss av en kombination av dessa metoder. Vi har lyssnat igenom ljudupptagningen, skrivit ner ordagrant de delar vi ansåg mest relevanta för vår undersökning. Andra delar sammanfattade vi och de minst relevanta har inte alls skrivits ner.

En teknik som vi använt oss utav för att få överblick över materialet, går ut på att man gör en stor personlig tabell. Man gör en rad per person (i vårt fall fyra), som man intervjuat. Därefter gör man ett antal kolumner. På detta sätt får man ett rutmönster med stora rutor. I varje kolumn, skrev vi rubriken för frågeställningarna. I rutorna fyllde vi i de uppgifter från var och en som vi plockat ut från intervjuerna. Varje informant fick var sin färg, detta för att öka överblicken. Denna metod var bra för att få en överblick av materialet samt för att skapa struktur i projektet. Det kändes som att intervjuerna fick fysisk form och informanterna fick mindre betydelse. Detta möjliggjorde att en ny fräsch diskussion startades.

Denna diskussion handlade om ”banken”, hur vi ska förmedla materialet. Ett resonemang som handlade huruvida informanterna ska vara synliga eller om endast deras berättelse ska vara synliga kom upp. Vi tog ett beslut om att fortsätta arbetet genom att ta bort personerna bakom orden. Delvis av anonymitetsskäl och delvis för att vi ska komma ifrån ålders samt köns kategorisering. Det intressanta låg i det som sagt och inte i vilka som är.

Efter det valde vi att utesluta även frågeställningskategorierna och göra allt till en kategori. Vi ville se om det var möjligt att istället för att presentera upplevelserna via informanterna framkalla dem direkt hos mottagarna av informationen det vill säga användarna av banken. Så det vi försökte göra var, att sätta oss in i de känslor som informanterna berättat om och göra en tydlig visualisering av dem i blandat media såsom film, stillbild, text samt ljud. Banken var nu en interaktiv tjänst på Internet, den skulle fungera med en slumpgenerator ungefär som en jackpot maskin. Metaforiskt, om man drog i spaken, så skulle det komma upp tre stycken känsluframkallare.

Vi formulerade ett antal känsluframkallare ca 40st, skrev ner alla på post-it lappar med samma färg (rosa), la alla lappar på ett bord med text sidan neråt. En person (konstnär) bjöds in att delta i testet Denna person ombads att slumpmässigt ta tre lappar och lägga upp dem framför sig. Hon fick spontant tala om vad hon såg och hur hon reagerade på budskapet på lapparna. Efter det fick hon föreställa sig att dessa var ett inspirationsredskap som hon skulle använda sig av i sin arbetsprocess.

Testet föll till viss del väl ut, hon tyckte att de gav inspiration. Spontant läste hon ihop dessa tre post-it lappar i kronologisk ordning. Och kunde lätt se deras funktion i ett arbetssammanhang. Hennes önskemål var att kunna ha en möjlighet att välja bort ett av alternativen och istället få en ny lapp. Kritiken från hennes sida var att hon själv var

tvungen att framkalla känslorna eller upplevelserna. När vi talade om för henne hur lapparna blivit till, att de i själva verket grundar sig på en annan persons känslomässiga erfarenheter upplevde hon det som mer tilltalande att ta få möjlighet till att ta del av upplevelsen direkt ifrån informanten.

En ytterligare diskussion uppstod vilket resulterade i att istället för att testa denna metod på fler även vi såg begränsningarna i materialet. Känsloupplevelsen förmedlas starkare om man får den berättat för sig direkt av den som haft upplevelsen då den förstärks med mimik, motorik och inlevelse. Det är också svårt att framkalla en känsla hos andra eftersom känslor och det som framkallar känslor är subjektivt. Detta gjorde att vi beslutade oss för att gå tillbaka till matrisen innan den försvann, alltså tillbaka till de kategorier vi uteslutet tidigare. Delar av materialet vi använde i testen samt sättet att skapa det tror vi ändå kan vara användbara i banken i framtiden.

Människorna vi intervjuat ska alltså synas i banken, berättades om sina egna upplevelser/minnen/känslor. Övrigt material i banken kan vara ovannämnda känslorframkallare i form av text, ljud, film och/eller andra medier.

Hur ”banken” ska fungera och hur gränssnittet skall se ut är något som vi diskuterat, men ännu inte beslutat om. (se kap. 5).

För att få en djupare insikt i hur materialet i denna bank skulle kunna kommunicera med andra, valde vi att börja ”klippa” i det filmade intervjumaterialet. ”klippen” blev en film som i nuläget fungerar som en vinjett eller ett smakprov på materialet i banken och projektet.

Sammanfattningsvis har vi upplevt att intervjumaterialet, under de olika delarna av processen, saknat vissa dimensioner. Det beror delvis på brister i intervjutekniken, som tidigare nämnts, men också på att vi behöver införskaffa mer kunskap om frågeställningarna. Detta för att kunna göra dem tydligare och för att vi ska kunna tolka materialet på ett bättre sätt.

Nästa kapitel beskriver minnen, lycka och drömmars teoretiska beskrivning/bakgrund. Denna information ska hjälpa oss att förtydliga och fördjupa vår förståelse av frågeställningarna.

3. Minne, Lycka och Drömmar

3.1 Minnet

”**minne**, det som möjliggör lagring av information från ett tillfälle till ett annat”⁸.

I vardagsspråk används ordet minne i två olika betydelser

att minnas vad man skall göra” eller våra framtida planer.

att minnas vad man har gjort” eller händelser i det förflutna

Minnet kan röra sig om många olika slags information: händelser, känsloupplevelser, personer, ansikten, lukter, saker vi läst om i böcker eller tidningar etc. Att kunna köra bil eller skriva är också exempel på information som finns bevarad i minnet. Att minnas innebär alltså att vi kommer ihåg saker från det förflutna (lagrad information) medan vi upplever dem i nuet. Det bör betonas att det förflutna inte nödvändigtvis behöver vara avlägset, det kan handla om några få sekunder.

3.1.1 Minnets uppbyggnad

För att vi lättare ska förstå minnet och dess uppbyggnad har ett förtydligande av minnet gjorts. Filosofer, författare och forskare har försökt tränga igenom mysteriet med minnet under århundraden. Under senare decennier har forskarna gjort revolutionerande framgångar. Minnet är inte en enskild eller odelad själslig förmåga som forskarna länge antog. Minnet består istället av en rad olika distinkta och åtskiljbara processer och system som samarbetar.

Ett minne är den psykologiska och biologiska mekanism i nervsystemet hos människan som svarar för inkodning, lagring och framplockning av information.

Minnet kan delas in i flera olika delsystem. Man brukar i första hand skilja på *procedurminne* och *deklarativt* minne.

Procedurminnet svarar för de förvärvade motoriska färdigheter som behövs för att exempelvis gå, springa, cykla, simma eller dansa.

⁸ (sid345), Nationalencyklopedin

Deklarativt minne har i takt med forskning lett till ökade insikter och delats upp ytterligare. En grov uppdelning är den mellan korttidsminne och långtidsminne.

Korttidsminne är minne för sådan information som man för tillfället har eller nyss har haft i medvetandets fokus. Korttidsminnet är därför ett aktivt arbetsminne; sådan information som man just bearbetar eller alldeles nyss har bearbetat finns i korttidsminnet.

Långtidsminnet, bestående av flera olika i och för sig interagerande men ändå autonoma delsystem. Den vanligaste klassificeringen inkluderar *episodiskt minne*, *semantiskt minne* och *perceptuellt minne*.

Det **episodiska minnet** är som namnet antyder, ett minne för händelser och episoder som är definierade i tid och rum och som är konkret relaterade till varje enskild persons upplevelser.

Det **semantiska minnet** är inte personligt relaterat händelser och kräver inte någon medveten erinring av en enskild inlärningsperiod. Generell kunskap om världen i stort är den typ av information som behandlas i det semantiska minnet ex att Stockholm är Sveriges huvudstad.

Det **perceptuella representationssystemet** upptäcktes så sent som 1990. Detta system används för identifiering av objekt i omgivningen, av ord i språkligt uttryck. Detta behöver ingen medveten erinring av något inlärningsstillfälle. Man behöver ju inte dra sig till minnes första gången man såg objektet tallrik för att veta att objektet kallas för tallrik och att det används att lägga maten på.⁹

Genom att ha iakttagit ovanstående uppdelning har vi kommit fram till att det är det episodiska minnet vi söker hos våra informanter. Det minne där händelser och episoder definieras i tid och rum och som är konkret relaterade till varje enskilds persons upplevelse.

Detta minne hjälper oss att minnas vad vi upplevt och gjort för bara några sekunder sedan eller flera år bakåt i tiden.

3.1.2 Det episodiska minnet

Det episodiska minnets mest grundläggande egenskap är att det kräver en medveten hågkomst av något man själv varit med om, en händelse som man försöker komma ihåg. Denna hågkomst eller händelse kan man vid ett senare tillfälle plocka fram.

⁹ Bonniers läkarbok

Det episodiska minnet kan också delas upp i ett korttids och ett långtidsminne. Båda refererar till en medveten framplockning av information. Exempelvis "När jag studerade på universitetet brukade vi ofta ha fester som kunde fortgå fram till tidiga morgontimmarna".¹⁰ Denna redogörelse illustrerar ett antal karakteristiska av det episodiska minnet. Nämligen att våra minnen innehåller både den *specifika* och *generella* informationen, "När jag studerade på universitetet" är av den första kategorin (specifik) medan "tidiga morgontimmarna" är av den andra typen (generell) information.¹¹ Denna blandning av specifik och generell information är ett kännetecken för återhämtningen från det episodiska minnet. Det generella minnet och det specifika blandas så att det kan vara svårt att urskilja dessa men för oss är det viktigt att uppmärksamma deras skillnad.

Hur kommer vi ihåg?

För att komma ihåg en händelse "ett minne" brukar man dela upp den så kallade minnesprocessen i tre grundläggande steg vilka är inkodning, lagring och framplockning. Alla steg i denna process är givetvis beroende av varandra, har man inte upplevt en händelse, kan man inte plocka fram det specifika minnet från den händelsen. *Vad är det då som gör att vi kommer ihåg vissa upplevelser starkare än andra?* Minnes forskningen har en teori om att det är lättare att framkalla ett minne om man vid "inkodningstillfället" också kodar in en stark sinnesförnimmelse, så kallad effektiv ledtråd. Denna sinnesförnimmelse kan vara en smak, en färg, en kittling, en smärta eller ett speciellt ljud med mera som man lagrar tillsammans med upplevelsen i tid och rum. Dessa förnimmelser tillhör vår subjektiva upplevelsevärld. När du sen vid ett senare tillfälle dagar, veckor eller år upplever liknande sinnesförnimmelse triggas det ditt minne, alltså plockas fram den inkodade informationen, ditt minne.

Rent generellt verkar det vara lättare att plocka fram situationer man varit med om, som går utöver det vanliga. Händelser som skiljer sig från vardagen. Starka händelser eller upplevelser där det har hänt något speciellt. Med starka upplevelser menas upplevelser med en stark emotionell förankring.

^{10 11} (sid87-88), Arai Dariush, (2001), kognitiv psykologi

”Francis Bacon (1561-1626) trodde att händelser associerade med starka positiva eller negativa emotioner kunde återkallas lättare än de som inte väcker några känslor.”¹²

Men varför glömmen vi vissa saker? Freud introducerade begreppet bortträngning (eng. repression) för att förklara varför människor glömmen vissa saker men inte andra.” Denna hypotes har kallats hedonistisk selektivism, vilket innebär att angenäma minnen är lättare att återkalla än oangenäma.”¹³

”Varje sensorisk upplevelse bearbetas inom ramen för den enskildes kunskap om världen, och får därmed sin mening genom tidigare upplevelser.

Neisser (1976) beskriver perceptionen som en informationbearbetningscykel. En del av denna cykel består av urval och analys av information från omgivningen. Neisser betraktar dock detta urval som beroende av de interna förväntningarna. Dessa förväntningar leder de sensoriska mekanismerna till att söka efter viss typ av information. Å andra sidan modifieras förväntningarna allt eftersom ny information tas in. Dessa nyligen modifierade förväntningar leder oss i sin tur till nya sökningar och därmed ytterligare modifieringar osv. Det pågår alltså ett ständigt samspel mellan omgivningen och minnet till en tillfredställande perception är uppnådd.”¹⁴

Vi människor formas av våra minnen, våra erfarenheter, upplevelser och känslor lagras i olika minnes arkiv vi har inom oss. Vi kan inte medvetet styra vilket minne som ska plockas fram om en timme, imorgon eller om tio år. Allt det som finns där i den yttre världen, påverkar till att framkalla vår inre värld vid olika tillfällen. Det är ju det som gör det så fantastiskt att leva, vi vet inte vad som kommer härnäst.

3.1.3 Behöver vi minnas?

Minnet är en del av vår personlighet, utan minnet kan vi varken återge, berätta eller existera i fungerande värld.

¹² (sid 202), Arai Dariush, (2001), kognitiv psykologi

¹³ ¹⁴ (sid 202) Arai Dariush, (2001), kognitiv psykologi

3.2 Lycka

”**Lycka**, ett värde som sedan antiken har blivit betraktat som ett av de högsta. Det råder inte enighet om vad 1. närmare bestämt är. Bland de gängse förslagen kan nämnas: yttre tillgångar (t.ex. makt, rikedom, hälsa el. ära), inre tillgångar (t.ex. kunskap, insikt, sinnesro), evig salighet (speciellt i kristen mening)el. njutning(hedonisterna)”¹⁵

När vi är lyckliga har livet färg, det är inte grått som när vi är nedstämda eller deprimerade. När vi är glada sjunger vi gärna. Vi känner självklart självförtroende. Men hur definierar man lycka? För att öka förståelsen har följande information inhämtats.

”Jag tror att själva meningen med livet är sökandet efter lycka. Det står klart. ...vi söker någonting bättre i livet. Jag tror alltså att själva rörelsen i vårt liv är inriktad på lyckan...”

Dalai Lama

3.2.1 Emotioner

”**Emotion** (fr. *émotion* ’oro’, ’sinnesupplevelse’, till *émouvoir* ’sätta i rörelse’, ’uppröra’, av lat. *Emo* ’veo ’skaka’, ’rubba’), eller *känsla*, tillstånd som rädsla, vrede, glädje eller sorg.”¹⁶

Genom våra sinnen får vi kontakt med omvärlden. Sinnena förbinder vår inre värld med den yttre omvärlden. När vi berörs av våra sinnen, en sinnesupplevelse, berörs vi också emotionellt.

Det utmärkande för emotioner är att de har ett objekt, exempelvis något man blir väldigt glad eller rädd av/för. Till de vanligaste emotionerna räknas; glädje -sorg, ilska -rädsla, förväntan –förvåning, avsmak –acceptans.

Lyckan –glädjens högsta värde

Lyckan räknas inte som en emotion, men de känslorna som lycka yttrar sig i är likartad med emotionen glädje. För att definiera en lyckokänsla kanske andra positiva emotioner måste samspela? Emotioner går ofta in i varandra. Glädje kan övergå i en för oss definierad lyckokänsla, Vi definierar lycka som glädjens högsta värde, detta gör att vi kommer att fråga informanterna både om glädje och om lycka. Båda är positiva värden och det är lättare att få fram ett bredare spektrum av känslor om vi leder in med att prata om glädje.

¹⁵ filosofilexikon

¹⁶ (sid 468), Nationalencyklopedin

3.2.2 Vad händer med kroppen när vi känner oss lyckliga?

Glädje har med övervinnandet av tillvarons motspänstighet att göra och ger oss möjlighet att ”kunna överskrida oss själva”, att gå utöver den aktuella situationen.

inåt

Lycka gör oss öppna och öppnar upp våra sinnen, bekymrena försvinner, en otrolig positiv känsla träder fram. Vi kan lättare hantera problem, det är som att positiviteten slukar negativiteten. Vi känner oss mer levande och allt får en viss enkelhet. Det gör att vi blir mer utåtriktade, mer sociala, får ett bättre självförtroende, det gör oss starkare. Det uppstår också kroppsliga förändringar vid emotionella tillstånd. Det är välgörande att vara lycklig; hjärnan utlöser ett enzym som ökar vårt immunförsvar, syreomsättningen för hjärt-kärlsystemet frisätter hormoner i kroppen, detta tillsammans gör att vi känner oss piggare och får mer energi.

utåt

Att en människa är glad kan man avläsa på dennes kroppsspråk och i ansiktet. Glädje och Lycka påverkar hela den mänskliga kroppen, pulsen ökar något, vi andas djupare, vi får lust att gå fortare, hoppa ett glädjeskutt eller dansa runt och sjunga.

Mungiporna dras normalt uppåt när vi skrattar. Det är som om hela vårt ansikte lyftes uppåt en aning. Ögonen strålar när vi är glada. Glädjens rörelser är rörelser uppåt vertikalt.

Tvärkulturella studier visar att mänskligheten har gemensamma känslomässiga kontaktsignaler. Därför tror man att varken de motoriska signalerna eller deras bakomliggande emotioner behöver läras in -i så fall kunde man ha förväntat sig att varje kultur skulle ha utvecklat sina egna sätt för känslomässig kontakt. Ingenstans ler man dock genom att vifta på öronen eller rynka näsan. Signalen för glädje och att man är lycklig, överallt på denna jord där människor finns, är uppåtdragna mungipor. De grundläggande emotionerna och deras respektive uttryck är genetiskt inprogrammerade. I vår västerländska kultur betraktas denna emotion ofta som oseriös.

Är lyckan oseriös?

Att tala om lycka och visa dess känslospel är något som vi mycket sällan släpper fram ohämmat, eftersom det, av många, anses oseriöst i västvärlden. Är det för att vi ofta är lyckliga för så enkla saker i livet? Och med detta uppfattas oseriöst? Vi lever i lyckofilosofins tidevarv, där alla verkar sträva mot lyckan. Det kan kännas oseriöst, banalt och upplevas egoistiskt att prata om lycka när miljontals människor i världen över lever i svält och krigs härjade områden. Däremot undersöker den samtida lyckoforskningen om hur

vi kan skapa ett lyckligare samhälle och i förlängningen förändra de faktorer som leder till just svält och krig.

3.2.3 Vad är det för faktorer som påverkar oss till att känna lycka?

- Inom lyckoforskningen har man kommit fram till vissa yttre faktorer som påverkar till lycka. Några av dessa faktorer är
- i vilket samhälle individen lever i
- ekonomin, det vill säga hur mycket pengar man tjänar och har att röra sig med (denna koppling mellan ekonomi och lycka är större i fattiga länder än i rika)
- vilken social position och klasstillhörighet man har
- yrkesstatus
- kopplingen mellan upplevd hälsa och lycka
- fysisk attraktivitet, speciellt bland unga kvinnor. Men den enskilda yttre faktor som verkar ha den största betydelsen är intima relationer till andra.
- de som har en livspartner är generellt lyckligare än andra
- att ha vänner är viktigt
- att ha ett arbete -arbetslöshet har mycket negativ effekter på lyckan (detta gäller i stort sett samtliga länder)
- de som har en fritidssysselsättning eller ideellt arbete

Demografiska variabler som kön eller ålder har däremot inte ha någon betydelse, det vill säga att det finns inga märkvärdiga lyckoskillnader mellan folk i olika åldrar eller mellan män och kvinnor.

Vi tittar på en annan intressant teori som har med glädje att göra, men som kan fungera på lyckokänslan också. Den kallas för flow-tillstånd (flytupplevelse). Och beskrivs som den helhetskänsla som vi kan uppnå när vi går så mycket upp i en aktivitet att tid och rum försvinner. För att vi ska kunna gå upp så i en aktivitet måste den utmana oss på något sätt, så vi får uttömma våra resurser.

”Det kännetecknas av att handling följer på handling utan att den som handlar måste ta initiativ medvetet. Det råder knappast någon åtskillnad mellan honom och omvärlden, mellan det förgångna, nuet och framtiden. Denna helhetskänsla är central i den kreativa processen, och för att uppnå den ägnar sig människor, som Csikszentmihályi funnit, åt

verksamheter eller aktiviteter (t ex dans, bergsklättring) som inte ger någon direkt yttre belöning. Själva livskänslan är belöning nog.”¹⁷

Denna aktivitet kan vara arbete eller lek och när vi går helt upp i det vi gör, fylls vi med glädje. Av intervjuer drar han slutsatsen att människor som gör någonting med glädje, uppnår ett flow-tillstånd. Vad det handlar om är att vi glömmer oss själva, samtidigt som vi är intensivt medvetna om oss själva. Man kommer in i ett tillstånd där jaggränsen suddas ut. Ett annat stort område som utlöser glädje är de sinnliga upplevelserna: mat, dryck, sexualitet, men också att gå ut i naturen, se på konst och på ting och människor som vi uppfattar vackra. ¹⁸

Enligt Aristoteles, ”Vi kan inte sova oss igenom livet och samtidigt hävda att vi är lyckliga Lyckan är inte något tillstånd utan en aktivitet ”lyckan är ett slags verksamhet”.¹⁹

3.2.4 Lyckan är subjektiv

Inom varje kultur, inom varje kön, inom varje ålder, inom varje individ finns det ett inlärt regelsystem när det gäller vad som berör oss emotionellt. I vilka situationer till exempel glädje och lycka får uttryckas, inte uttryckas eller ska spelas. Dessa upplevelsemässiga och expressiva dimensioner av emotioner får barn tidigt lära sig att skilja på i alla kulturer. Vilket hänföres till inläring och sociala erfarenheter

Vad är lycka? är en fråga som aldrig kommer att få något entydigt svar, lyckan är något varje individ skall utforma själv genom sitt livs resa. Vad jag upplever som lycka upplever förmodligen inte du som lycka.

Behöver vi känna lycka?

Ja, sannolikt anser de flesta av oss att lycka är något värdefullt som på olika sätt bör främjas, både för egen och andra räkning.

¹⁷ Arai Dariush, (2001), kognitiv psykologi

¹⁸ .(sid45-46), Kast verena,(1997), Glädje, Inspiration, hopp

¹⁹ (sid73) 00-tal

3.3 Drömmar

”**Dröm**’ a) allmännare om fantasiföreställningar o.d., särsk. om önskat (framtida) tillstånd: *drömjobb; drömkvinna; drömresultat; dagdröm; feberdröm; storhetsdröm; vakendröm; önskedröm...*/KONSTR: (i) ~men, en ~(om ngn el. ngt), HIST.: före 1520; forns. *Drömber*; gemens. Germ. Ord, ev. urspr. ’skenbild; gyckelbild’, jfr ty. *trägen*’bedra”²⁰

”**Hopp**’ 1 grundad tro på (och önskan om) gynnsam utveckling av visst slag; särsk. om känslomässigt grundad tro {-förhoppning, förlitan, förtröstan}: *framtidshopp.../ vi får leva på ~et; ~et är det sista som dör hos människan*”²¹

”**Läng’tan** *starkt inre behov av ngt som man en tid varit utan (el. aldrig haft){-önskan}”²²

När vi resonerar om drömmar, redogör vi för vakendrömmen, och/eller önskedrömmen. Vi frågar människor om önskningar på kort sikt och på lång sikt. Det kan vara allt från all dagliga visioner till mer fantasifulla drömmar. Vi har hittat förvånansvärt lite litteratur om det ”vakna drömmandet”, den litteratur vi hittat om drömmar hänvisar till drömsömnen. Därför närmar vi oss också emotionen hoppet, på vilken alla de upplyftande emotionerna grundar sig. De upplyftande emotionerna är exempelvis glädje, förväntan, längtan. Hoppet är också en emotion som inte är så lätt att få grepp om. Därför försöker vi närma oss den utifrån glädje. Detta för att det är de positiva värdena vi är intresserade av i detta projekt. I detta kapitel använder vi en kombination av orden dröm, hopp och längtan men det är samma värde vi är ute efter.

Varför vi drömmer?

Människan har en otroligt stark drivkraft att se framåt, man ser framtiden och blickar mot horisonten. Det är framtiden som spelar den centrala rollen vid förväntan och hopp.

Känslan av att man längtar, lockas eller dras av någonting långt borta, någonting bestämt eller obestämt, kan vi nog alla känna igen oss i och den känslan är positiv.

”Enligt Gabriel Marcel, Otto Friedrich Bollnow och Phili Lersch är hoppet människans bärande emotionella grund. Hoppet har sitt sikte på framtiden och så länge vi lever har livet denna framtidsdimension. Hoppet gör framtiden möjlig, så att säga en tro till framtiden mot vårt bättre vetande, också mot allt förnuft. Hoppet är inte förnuftigt, det tar gärna risker och uppfattar kreativa möjligheter till positiva förändringar.”

²⁰ Nationalencyklopedin

²¹ Nationalencyklopedin

²² Nationalencyklopedin

Vad drömmer vi om? En dröm, en längtan eller ett hopp, hur kan det se ut? Vad är det vi människor drömmer om?

Det kan exempelvis vara:

- Samhället, t ex jämställdhet mellan könen
- Världen, t ex fred på jorden eller en bättre miljö
- Sociala rättvisor, t ex klassutjämning
- Ekonomi, att få det bättre ställt ekonomiskt, oberoende (Joakim von Ankas kassavalv)
- Framgång, inom något område t ex arbete, sport, kultur
- Öka sina kunskaper inom något t ex lära sig spela ett musikinstrument
- Fysisk attraktivitet, att uppnå det dröm ideal, för den tid man lever i
- Kärlek, äktenskap, förhållande, fysisk närhet, sexualitet
- Materiella drömmar t ex en ny bil eller en sommarstuga
- Mer fantasifulla drömmar som att åka till månen eller träffa en utomjording
- Att få njuta av livet, slippa ifrån kraven t ex att få åka ut och resa ett år
- Semester

yttre påverkan

Människors drömmar, längtan och hopp som begrepp beskriver ett ouppfyllt behov. En hunger av något man saknar i sin tillvaro eller i fantasin. Men vad är det för yttre faktorer som kan påverka till hur dina drömmar ska se ut? Reklambranschen spelar ofta på människors känslor för att locka till konsumtion. De använder ofta förebilder som förmedlar emotioner som lycka och glädje, dessa förebilder framkallar en längtan eller väcker ett hopp om att en dag, kan jag konsumera det dom förmedlar. Media visar på ett effektivt sätt upp människor som genom exempelvis film, musik eller litteratur, dessa kan lätt framstå som förebilder för unga som gamla människor, vi vill bli som dem. Vissa delar av världen drabbas ofta av naturkatastrofer, för de människorna kan en dröm vara det som för oss i västvärlden är en självklarhet, som att ha tillgång till rent vatten och mat. Sagor och berättelser kan vara fantasieggande drömmar. Dessa drömmar får ta en egen personlig form i huvudet.

I fantasin kanske de föregående drömmarna utvecklas och tar en annan form blir mer personliga. Man kanske sätter drömmen i fler olika sammanhang. En hopblandning av olika yttre faktorer som kan ta en väldigt personlig form.

Inre drömmar

Eftersom drömmar är sammankopplade med emotioner kommer de från våra högsta privata minnen, alltså våra upplevelser och erfarenheter. Drömmars referenser kommer alltid från vårt minne, våra referenser. De påverkas också av yttre faktorer från vår omvärld och på grund av vår livssituation.

Behöver vi drömmar?

En människa kan inte leva utan hopp. Hopp hör till människolivet, det är ett uttryck för själva livsviljan. När man drömmer formulerar man mål, på det sättet kommer man längre i sitt liv och utvecklas. Vi tror att det är bra att tala om sina känslor och drömmar, att verbalisera drömmarna gör att man reflekterar över sin inre värld. Chansen/möjligheten att realisera drömmar blir också större om man formulerar dem tydligt, för sig själv och för andra.

Behöver vi känna lycka?

Ja, Sannolikt anser de flesta av oss att lycka är något värdefullt som på olika sätt bör främjas, både för egen och andras räkning.

2.1.5 Behöver vi minnas?

Minnet är en del av vår personlighet, utan minnet kan vi varken återge, berätta eller existera i fungerande värld.

Citat ur intervju: Vilken av de tre känslorna vi gått igenom tycker du bäst om?

Alla tre är ju bra för dom hänger ju ihop, det är jätte svårt att välja just ett. Men längtan är ju stor för att man ska ha någonting att se fram emot, så då tänker jag framåt hela tiden och glädje blir det när man väl kommer till den stunden och minnet kan man ha efter...så nä, jag skulle inte vilja välja.

Sammanfattning

Människan består av både kropp och själ. De ergonomiska studierna av människans kropp är något som används och är väl utvecklat inom design. Själen, människans inre såsom känslor och upplevelser, **minnen, lycka och drömmar** behöver också beaktas när det gäller design. Detta inre har sitt eget behov av bekvämlighet och tillfredställelse, **själens ergonomi**.

Att i en intervju fråga efter människors positiva känslor och upplevelser skapar en ömsesidig, positiv, känsloupplevelse och en förståelse för den intervjuades inre värld. En förmedling av detta kan locka fram en förståelse för individen och känslan även hos en tredje part, en designer, som kan låta detta ta plats i designprocessen, en **emotionell metodik**.

4. Empiri

I detta kapitel redovisar vi vårt arbetsmaterial vilket innefattar: tillvägagångssätt, intervjuer och bearbetning av intervjumaterial samt citat ur intervjuer.



4.1 Arbetets gång

Vi började med att göra en provintervju som innehöll de sex nedanstående stegen.

- 1) Vi definierade vilka personer vi ville intervjua. Ålder, kön samt antal.
- 2) Vi letade rätt på fyra informanter, alla boende i Stockholmsområdet, två pensionärer och två tonåringar.
- 3) Dessa personer kontaktade vi per telefon. Vi berättade kort om varför vi ville intervjua dem samt gav en kort beskrivning av vad intervjun handlade om.
- 4) Frågorna formulerades.
- 5) Ett häfte togs fram där vi beskrev frågeställningarna. Detta skickades ut till informanterna som fick ytterligare en chans att ta ställning till om dessa ville ställa upp på intervjun. Det gav också en chans för dem att förbereda sig, att tänka kring temat. (se bilaga)
- 6) Efter detta kom vi, per telefon, fram till en lämplig tidpunkt för ett möte.
- 7) Intervjuerna skedde sedan hemma hos en av informanterna, i en offentlig lokal för de övriga tre, alltså vid fyra olika tillfällen. Vi träffade informanterna en och en. Både Anita och Marie-Louise var med vi de fyra tillfällena.



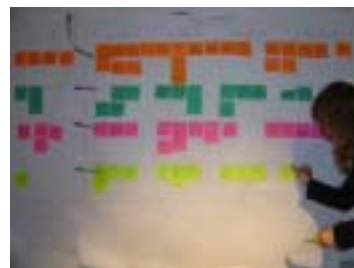
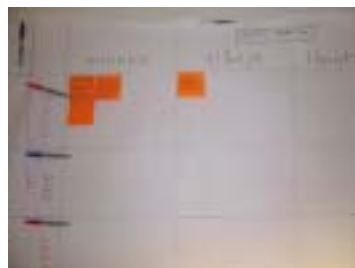
- 8) Dokumentation av intervjuerna gjordes med ljudupptagning, stillbilder samt rörlig film
- 9) Efter varje enskilt intervjutillfälle utvärderades intervjun enskilt av oss.
- 10) En - två veckor efter intervjutillfället gjordes en enklare transkribering. Med en enklare transkribering avses de delar av intervjun som vi fann värdefulla för projektets syfte.



- 11) Efter grundlig genomlysning samt transkribering gjordes ytterligare en utvärdering av materialet.



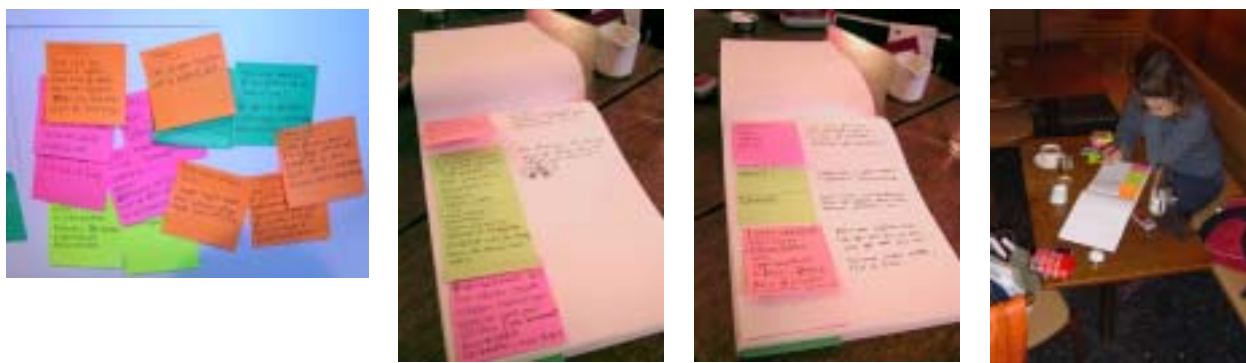
- 12) I den utvärderingen plockade vi ut de respektive person sagt om respektive frågeområde. Det vill säga: Minnen, glädje, längtan och drömmar.
- 13) Ett sammanfattning gjordes av informantens egna ord. Det skrevs ned på post-it lappar. För att lättare hålla isär personerna tilldelades de varsin färg.
- 14) För att se helheter så utformades en matris med kolumner för horisontella för personer och vertikala för frågeområdet.



- 15) Matrisen studerades och analyserades. Här skedde också en diskussion om hur det fortsatta analysen skulle se ut. Samt hur detta skulle visualiseras samt generera en ”bank”.
- 16) Som resultat av diskussionen togs ett beslut om att frågeområdet var det viktiga. Personen bakom svaret togs bort och matrisen tog en form där endast frågeområdet återstod. Det vill säga: minnen, glädje, längtan och drömmar.



- 17) Vi experimenterade med att ta ut känsla för känsla, som informanterna beskrivit, hitta ett mer direkt sätt att förmedla den känsloupplevelsen via ett visuellt/audiellt förmedlingsbart tolkningsmaterial.



- 18) Vi skrev ner de olika visualiseringarna på endast rosa post-it lappar och blandade ihop dem. Alla kategoriseringar blev nu till *en* ny upplevelsekategori.
- 19) Vi arrangerade denna upplevelsekategori, i form av rosa post-it lappar, med textsidan nedåt. För att generera ett slumpmässigt handhavande.

20) Materialet testades på en person (konstnär) utan förkunskaper om projektet, för att se om upplevelserna gick att förmedla och om slumpmässigheten var positiv. Vi frågade också personen om hon upplevde materialet användbart i en arbetsprocess.



21) En utvärdering gjordes.

22) Ett beslut togs om att omforma materialet.

23) Vi återgick till de tidigare kategorierna där personens egen berättelse fanns med.

24) Ett beslut togs om att sekvenser ur intervjumaterialet ska presenteras i form av en film.

25) Filmens storyboard konstruerades och vi engagerade en kunnig person för framställandet av filmen. Syftet med denna film är att den ska fungera som en vinjett för vårt projekt.



4.2 Citat ur intervjuer

Nedanstående citat visar på en liten del av intervjumaterialet, några av delarna som vi valt att arbeta vidare med.

Minnen:

-Det var när jag åkte till Nice, eller från Nice med båten, det kommer jag aldrig att glömma, det var så häftigt. Då var jag tio år.

Vad var det för känsla?

- Man känner sig så fri, man hade all tid på sig i världen, ibland när man åkte där ute på vattnet såg man inget land var bara vatten överallt, blått man såg fiskarna. Jag gillar naturen och när man åkte såg man alla kulturer, människor. Det var underbart, så där mysigt. Man kom till småstäder och handlade just i den affären som hade ett par solglasögon man gillade. Eller när jag var i Tyskland och vi spelade dart. Där var det ett gäng fyllegubbar som stod och spelade dart och då sa pappa, -ursäkta är det okej om vi spelar? - Nej men nu spelar vi. Men då sa han bara, -Får min dotter spela med er? -Okej då om hon vinner så får hon någonting. Ja, så vann jag över dom och fick glass.

När du säger att det är roligt hur beskriver du den känslan?

- Det känns lite överallt, det känns i magen när jag börjar bli glad, eller så ser man ofta när jag börjar le man ser på mina kinder när jag börjar le, dom åker upp lite...GRIMASERAR
det är svårt att förklara, alla människor när jag ser dom, det ser så roligt dom har så mysigt så tänker jag, så där kommer jag också ha det någon dag, ha det lika mysigt kanske sitta här om femton år, och se lika glad ut som dom då blir jag glad själv, verkligen

Finns det någonting i Stockholm nåt kvarter eller så där du kan känna den känslan?

- Gamla stan, det är jätte mysigt där faktiskt, det är mycket turister där, det påminner lite om utland.

Vilken färg har minnen?

- mest blåa, mest är det vatten och grönt träd, älskar blommor naturen överhuvudtaget,

-När jag var med mitt ex på hennes lantställe, det var roligt för jag är inte van vid det, hon är svensk. De hade två båtar, en stor som man kunde åka ut på havet med, en liten som vi åkte runt, dom höll på att bygga en bastu just då så vi fick hjälpa till.

det här lantstället vad var det som var bra?

- Jag vet inte, jag tyckte om henne väldigt mycket, det var en grej som jag inte varit med om förut

hur såg det ut där på lantstället?

- Det var på små öar man bodde.

-Jag har ett kortminne, igår när jag kände mig riktigt lycklig tillfreds, jag köpte en digitalkamera som jag länge tänkt på. Jag tog med den... *hämtar den...* så här ser den ut...4 miljoner pixlar. Man kan titta på bilderna, jag har tagit en bild på ett fönster –tavla -blomma som jag har hemma. Sen kan man zooma så här.

När du köpte den där kameran vad kände du att den skulle uppfylla i ditt liv, vad var det som var glädjen?

-jo glädjen var det var det här nya, titta här är en tavla...enastående, jo jag är inte så mycket för sådana här pryglar egentligen men det här är ett så enormt framsteg tycker jag, ta bilder kassera, spara, redigera, lagra, titta på dem på TV, dessutom skriva ut dem på ett särskilt papper, helt enastående!

Du kände dig alltså lycklig igår?

- Jag kände mig lycklig. Kameran köpte jag på ONOFF i Sickla och så köpte jag en dammsugare för min dotters dammsugare hade gått sönder. De behövde en ny. Jag åkte hem till dem med den där dammsugaren och ringde jag på deras dörr. Och då kom min lilla sonson och fick se paketet och han sa OHH!OHH! Han ville öppna det, han strålade och det var en glädje för mig också att se hans glädje

lycka/glädje

Det vi vill komma åt är känslorna, vad är glädje egentligen?

- Att ha allt som man gillar runtomkring sig, att känna att jag har inget att oroa mig för, jag har allt. Man behöver inte ha pengar för att vara glad, bara man har sina kompisar, att man har dem som man bryr sig om, man vet att dom bryr sig om en. Allt går bra, inget bråk direkt det är svårt att förklara verkligen, hur man känner för det är väl olika från person till person. Man trivs med sin omgivning, man har roligt.

- Ja jag tycker det var när jag festade sist förra helgen, men jag hade förväntat mig att det skulle vara dåligt ställe vi skulle till så jag tänkte, ähh, vi tog inte med oss så mycket pengar. Men när vi kom dit var det

jättemycket folk och mycket tjejer, vi tog in ett helrör, blev fulla. Jag träffade en tjej där. Det bästa var att vi hade förväntat oss att det skulle bli en skittråkig kväll fast det blev inte så

kan man beskriva en glädje tror du?

- Jag har lite svårt för det, kanske lättare för andra vet inte.

känns det i magen?

-Just då tänker man , att det är fest vi är fulla, dan efter då tänker man, fan vi hade ju verkligen roligt ju.

vilken färg har glädje tycker du?

- Röd

är det nåt mer tillfälle du känner glädje?

Inte nu när det tagit slut med min tjej...

- idag kan man läsa om att människor är giriga, jag var aldrig tuff i löneförhandling, omvärlden skulle ha det bra. När jag gått ut "teknis" var jag engagerad i olika u-lands projekt genom Amnesty. Vi skrev brev till fångar, samlade pengar till en kvinna i Afrika. Det kändes viktigt att göra detta, viktigt att vara världsförbättrare. Jag stod en gång utanför spanska ambassaden med min dotter som var ett år med plakat. Jag var oerhört engagerad utan att få ett öre. .I det här osjälviska finns det något egoistiskt ändå. Det är kul att få en erkänsla.

drömmar

Har du någon utopisk dröm?

-Ja jag drömmer om att åka till månen, eller att det skulle vara som att åka till Gran Canaria att åka till månen. Och att se jorden där uppfifrån. Det verkar vara så otroligt vackert, ja, det vore häftigt. Lite hotell och så i rymden... Det tycker jag vore jättehäftigt, men jag tror inte det kommer att hända, kanske om tusen år...

Vad ser du framför dig då?

Man ser kratrar. Man måste ha rymddräkterna på sig när man går ut, det verkar spännande, det som inte finns på jorden. Det kanske finns marsianer? Eller mångubbar! Nej, det tror jag inte direkt att det finns, fast någonting måste det ju finnas egentligen ...

Varför?

Om vi finns här i Sverige så måste det finnas folk på någon annan planet. Vi är ju bara vintergatan, det finns så många olika, det måste ju finnas nåt som är liknande oss. Det tycker jag vore roligt att få veta mer om liksom. Det vore också en dröm att få träffa dom, se om dom är likadana, finns dom överhuvudtaget? Något sånt, lite annorlunda, inte bara samma gamla människor som ser ut på samma sätt, fem fingrar, fem tår på varje fot. Lite annorlunda, de kanske har tre?

Är dom positiva varelser?

- Ja, det händer nåt nytt med världen liksom,

Vad skulle dom göra?

Dom kanske kan någonting eller har uppfunnit nåt som inte vi har kommit på, vi kan utbyta saker, jag tror att det skulle bli stor förändring på allt.

Har du någon fantasi om vad det skulle vara för nåt?

som typ bilar som åker i luften eller att människor det spelar ingen roll om det kommer någon med två horn i pannan och går förbi, tja! lite star-trek. Ja, att se andrat inte samma gamla vanliga, vart man än åker i världen så ser alla likadana ut, man får se nåt speciellt liksom, lära sig nåt helt nytt. Det är inte bara Sverige som får veta utan hela världen, det måste bli en sådan otrolig diskussion.

-ja, drömmar, det är lite svårt min dröm det är om man tänker i stort sett, i hela landet då vill jag att det ska bli bättre att folk inte ska bli kallade för namn bara för att de kommer från ett annat land de ska vara lika behandlade det spelar ingen roll ifall de kommer från Afrika eller USA eller Sverige, alla har samma värde, det är min dröm att alla har samma värde. Om man har mindre pengar eller går på A-kassan, det spelar ingen roll bara man har det bra och dom är trevliga och att alla får säga vad dom tycker det är min dröm i stort sett.

-Och när det gäller mig själv då ska jag sitta på någon varm ö och vara frisör, sitta där och ha det bra, bra med kunder och folk som man känner. Så kan en och en annan kändis komma in där så man får höra lite skvaller och att hänt extra kan bli skickad till en lite då och då. Det spelar inte så stor roll var det är, bara

det är varmt och man kan prata engelska. Det är min största dröm, att jag har mina kompisar och att jag har en bra kille.

-ja, att bli rik, *he he*, rik och rik, pengar skapar problem också, det gör det i alla fall där vi bor. Ifall det ryktas om att någon har pengar blir han rånad direkt det är ju inte så roligt. När man blir äldre tror jag inte det är samma problem när man är 45 och har mycket pengar, då är det inte så att gäng går och rånar varandra, då har man familj och kan leva bra med sin familj.

Hur ser du framför dig hur du bor?

- Det kommer inte spela någon roll, kommer jag ha mycket pengar vill jag bygga en villa i Akalla. När folk ser Akalla framför sig, ser dom tolvvåningshögghus det är det enda dom ser. Men bakom skogen kommer Akalla by. Där finns sådan där ankdamm, kohage, café, 4H, minigolfbana, fotbollsplan där kan man gå med sina hundar. Det är en helt annan sida, vi kallar det Beverly Hills.
Varför har du den rasen?

-Drömmar, Ja det där är favoriten eller tvärtom alltså...jag drömmer inte, jag undrar om jag har haft några drömmar. Livet har raglat på, det har gett sig självt. Vi kunde styra att vi flyttade hit, att vi åkte på semester, men det har inte varit någon dröm egentligen....

Vad består en dröm utav?

-Det är väl lite det som man i andra sammanhang kallar en visioner att man vill uppnå någonting som ligger bortanför gränsen sånt som är lite mer realistiskt en det som går att uppnå ...JO jag har glömt en stor sak...jag har alltid drömt om att kunna spela klarinett och piano...jag har haft en klarinett i hela mitt liv som jag tutat på, Jag har aldrig haft tid egentligen att engagera mig i det här, men nu när jag inte jobbar kanske...längtan efter att bli bra på att spela klarinett går under drömmar, för att jag kommer aldrig att bli bättre....

-Man kan hoppas på en bättre värld att Israel - Palestina får en lösning, det vore en dröm, en stor sak och en dröm för mig.

Vad har ni själva för drömmar det är ni som ska ha drömmarna? Det är ju inte jag, jag har ju drömt färdigt.

5. "Banken"

"Banken" är ett arbetsnamn på verktyget, kopplingen mellan intervjuerna och design samt mediet som förmedlar intervjuernas information vidare.

Vad innehåller banken? Det vi med all säkerhet vet, är att bankens innehåll kommer att bestå av människors inre värld.

Hur blir banken tillgänglig? I denna fas av projektet, har vi mest föreställt oss Internet, det är dock inte säkert att detta är den bästa hemvisten för banken. Internet har i dagsläget sina begränsningar, i den oöverskådliga mångfald som kan göra att saker försvinner och att värdet på informationen kan upplevas lägre. Olika typer av Internetuppkopplingar stödjer heller inte idén om att ha rörlig bild/film på grund av tid det tar att ladda hem på grund av detta begränsas vi också i format. Internet har dock tillgängligheten som en stor fördel. Andra alternativ kan vara dvd, video, bok, mobil installation, föredrag, massmedia, prenumeration, eller kombinationer av dessa.

Hur förmedlar banken sitt innehåll? Hur informationen kommer att förmedlas är ännu ej helt fastslaget, det är högst troligt att direkta klipp ur intervjuerna, det vill säga, informantens berättande, kommer att finnas med. Vi kommer att visa människan bakom orden. Annan media som ljud, filmsekvenser, text och bilder kan också komma att användas för att förmedla upplevelser. Hur förmedlingen kommer att se ut beror i hög grad på vilken form banken kommer att finnas.

Olika sätt att mötas av materialet har också diskuterats. Ska man kunna styra vilken information man får eller ska slumpen avgöra? Är det önskvärt med en överraskningseffekt ("Jackpot")? Om man ska kunna välja vilket material man ska ta del av så måste det placeras i olika kategorier. Eftersom vi vill undvika att dela upp människor enligt demografiska principer så kanske de olika känslområdena ska fungera som kategorier. En viss demografisk uppdelning kanske ändå är nödvändigt för att materialet ska upplevas fullt ut användbart. Denna kategorisering sker också automatiskt hos den som möter materialet i och med att vi visar personen. Å andra sidan så kommer man att mötas av en individ som berättar sin personliga historia, personens berättelse av historien utgör alltså enheten. För att kunna ta beslut om detta krävs fler tester och experiment.

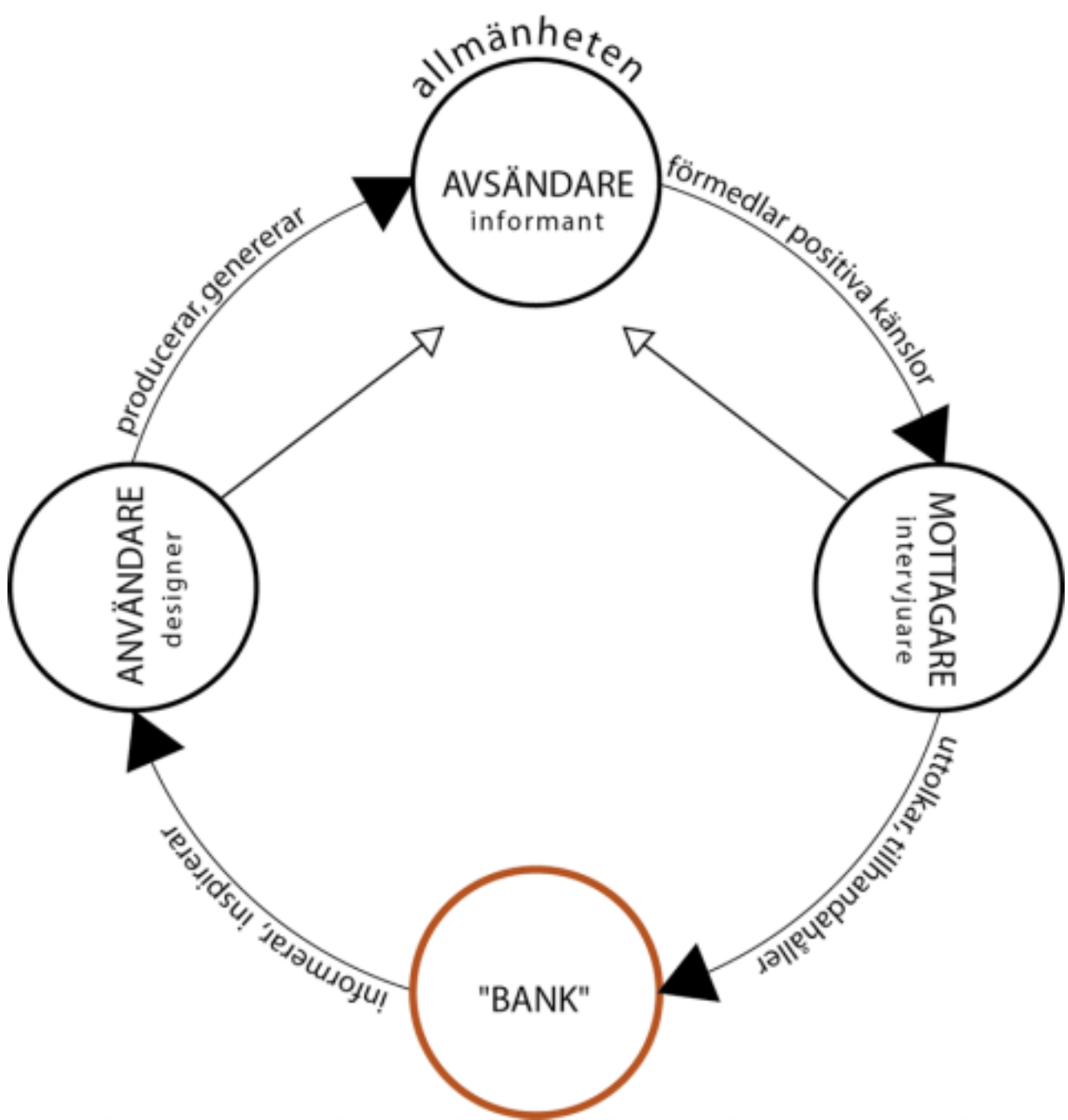
Vem ska använda banken? Vår målgrupp för banken är i dagsläget: designers och andra kreativa yrkesgrupper som har allmänheten som mottagare av sin produkt. I förlängningen kan man även se andra yrkesgrupper som användare av banken.

Hur vill vi att banken ska tas emot och användas? Tanken är att banken ska användas som en informativ inspirationskälla. Den ska generera lust och positiva känslor hos användaren. Fungera som ett alternativ eller komplement till inspirationskällor man vanligtvis använder. Den ska kunna användas som en igångsättare, nytänkare, spårväxlare, omdanare av ens vanliga tankemönster.

Hur ska detta kopplas till design? Det finns en självklar koppling till design, delvis som ovan nämnda inspirationskälla. Dessutom är det ett sätt att lära känna det inre hos människor som designern ofta försöker kommunicera med. Det är ett sätt att se utanför kontorsväggarna utan att lämna kontoret. Det är ett sätt att se in i människor utan att behöva söka upp dem. Det är ett sätt att förstå omvärlden om man inte har tid att titta efter själv.

När ska banken användas? Den kan egentligen användas när som helst i arbetsprocessen. Vid initialfasen av projekt, inspirationsfasen eller vid faktainsamlande.

Behövs banken? Ja, vi tycker att den behövs. För oss finns det en logisk koppling mellan bankens innehåll, det den kommer att förmedla och designarbetet. Banken ger oss möjlighet till samt övning i förmågan att, föreställa oss saker som man vi inte upplevt själv. Detta gynnar kreativitet och fantasi.



6. Slutsats

Syftet med det här projektet har varit att öka förståelsen för den enskilde individens inre värld. Samt hitta en metod att förmedla den, som ett informativt inspirationsmaterial till designers och andra kreativa yrkesgrupper.

På grund av den korta tiden vi har haft på oss så är denna studies syfte att skapa en plattform för vidare arbete. Vi kan alltså inte dra några stora bevisbara slutsatser där vi står nu, men vi tycker oss ha hittat bekräftelse för att ett vidare arbete är motiverat.

När vi gått djupare in på projektet har vi förstått hur stort och omfattande det faktiskt är. Detta ser vi som någonting positivt, eftersom vår intention var att börja längre bort och djupare in, att ta ett kliv utanför redan existerande normer och slentrianmässigt tänkande. Däribland, det alltför vanligt förekommande förfarandet, att man formger nya produkter med utgångspunkt ur de redan existerande samt ur för närliggande inspirationskällor.

I det researcharbete vi gjort har vi funnit stöd för vårt arbete, både i form av hjälp samt som en bekräftelse av relevansen i tematiken.

Vi har valt att prata med den "vanliga" människan för att lyfta fram dennes egenskaper/positiva känslor som en faktor att ta i beaktande tillsammans med andra aspekter i designprocessen. Detta för att vi längtar efter det personliga, annorlunda och unika i en värld som förmedlar generaliserande massbudskap. Vi har fått ut relevant och känslöförmedlande information ur intervjuerna, om intervjun fungerar bättre får vi ut ännu bättre information.

Allt negativt som händer i vårt samhälle får mycket uppmärksamhet i media vilket gör att vi pumpas med negativa intryck. Människor drabbas i allt högre grad av svårdefinierade sjukdomar som härstammar ur negativ stress och andra psykologiska orsaker, påverkade av yttre faktorer i livet. I vilket fall så är dessa sjukdomar uppmärksammade i högre grad idag än tidigare. Att söka och behandla människors positiva inre känslor har medfört att positiva intryck också fått ta plats i vår vardag. Betydelsen av dessa intryck har styrkts och de har smittat av sig på oss. Detta har stärkt oss i vår övertygelse om att vi är på rätt spår. Att banken fyller en funktion som en negativitetens motpol.

Perception av de produkter som existerar i den yttre världen formas i den inre världen.

6.1 Vidare arbete

Denna empiriska undersökning är en liten bit på vägen. Helheten ligger fortfarande framför oss. Vi behöver göra fler intervjuer för att utöka materialet till vår bank. Vi måste utveckla olika koncept för banken, hur ska den se ut? Hur ska den fungera? Var ska den finnas? För att komma fram till detta måste vi prata med människor med specialkompetens i respektive område. Vi måste utreda hur vi ska förhålla oss till intervjumaterialet. Vi måste testa banken, de olika koncepten. Fungerar det? Vad bidrar det till? Hur ska den se ut för att på bästa sätt ge den effekt som vi önskar uppnå?

Detta är något vi måste undersöka och fortsätta en diskussion med både marknadsförare och andra kompetenta människor som har kunskap som vi kan ta del av för att utveckla vår vision. Vi kommer alltså att ansöka om mer medel för att kunna utveckla vår idé.

6.2 Vision med arbetet

Man kan se detta arbete från flera olika perspektiv. Informationen som vi samlar in kan också fungera som nytta i ett större sammanhang, i det svenska samhället och/eller internationellt. Vi ser i ett längre perspektiv också andra användare av banken såsom sociologer, samhällsvetare och i kulturvärlden. Materialet skapar en bit av vår nutidshistoria. I förlängningen ser vi möjligheter i att samla material ur fler kulturer, att göra kulturspecifika banker. Nyttan med detta skulle vara stor för företag som vill etablera sig eller sina produkter i olika länder. Känslan är universell, det som skapar känslan är kulturellt betingat. Vi arbetar med en marknadsanpassningsidé som kan generera fördelar även för svenskt näringsliv.

Sverige behöver inom designområdet vidga sig med fler spelare på spelplanen, i dags läget är där alldeles för få och de verkar ha mer eller mindre samma roll i laget. *Metaforiskt...* föreställ dig att det svenska laget bara har två spelare i fotbollslaget och endast dessa två uppmuntras och är stjärnor i Sverige. Det krävs ett helt fotbollslag för att hävda sig i den internationella ligan, med olika spelstilar och specialkompetenser. Det krävs ett fantasifullt spel, mycket träning, snygga skott, smarta finter och välgenomtänkta strategier för att få spela i de högre divisionerna.

Index

Sekundära källor

Böcker

Lyon David, (1998), Postmodernitet, Studentlitteraturen, Lund, Sverige

Nilsson Björn,(1996), Socialpsykologi, Studentlitteraturen, Lund, Sverige

Giddens Anthony, (1996), Modernitetens följder, Studentlitteraturen, Lund, Sverige

Giddens Anthony, (1997), Modernitet och självidentitet, Daidalos AB, Göteborg, Sverige

Giddens Anthony, (2003), Sociologi, Studentlitteraturen, Lund, Sverige

Broady Donald, (1998), Kulturens fält, Daidalos AB, Göteborg, Sverige

Buchanan Richard, Margolin Victor, (1995), Discovering Design, The University of Chicago Press, Chicago, USA

Callinicos Alex, (2000), Samhällsteori, Daidalos AB, Göteborg, Sverige

Miegel Fredrik, Johansson Thomas, (2002), Kultursociologi, Studentlitteraturen, Lund, Sverige

Ilstedt Sara, Wickman Kerstin, (1997), Handla, Nerenius & Santéus Förlag AB, Stockholm, Sverige

Hansen Stefan, (2000), Från neuron till neuros, Natur och Kultur, Stockholm, Sverige

Kast verena,(1997), Glädje, Inspiration, Hopp, Natur och kultur, Stockholm, Sverige

Wennberg Bodi, (2000), EQ på svenska, Natur och Kultur, Stockholm, Sverige

Arai Dariush, (2001), Kognitiv psykologi, Studentlitteratur, Lund, Sverige

Bonniers läkarbok

(Neisser, 1982, s327):

Wickman Kerstin, Mannervik Ulf, (1999), Mötesplats för form och design, Statens offentliga utredningar Kulturdepartementet, Regeringskansliets Offsetcentral, Stockholm, Sverige

Trost, Jan, (1997), Kvalitativa Intervjuer, Studentlitteratur, Lund, Sverige

Månsson Per, (?), Moderna Samhällsteorier, Rabén prisma, Stockholm, Sverige

Johanisson Karin, (2001),Nostalgia, Albert Bonnier förlag, Fälth&Hässler, Smedjebacken, Sverige

Wickman Kerstin, Mannervik Ulf, (1999), Mötesplats för form och design, Statens offentliga utredningar Kulturdepartementet, Regeringskansliets Offsetcentral, Stockholm

Magasin

#14/15 2003, 00TAL (LYCKA), Stockholm, Sverige

Tidskrift

Nummer 3.03, Ordkonst, Akademiska Föreningen, Lund, Sverige

Primära Källor

Solhäll Catharina, forskarstuderande, Institutionen för Företagsgeografi och
Marknadsföring vid Svenska Handelshögskolan i Helsingfors, Finland

Kontakta oss gärna om ni har vidare frågor:

Marie-Louise Gustafsson MA(RCA)

Mobil: 070 492 28 58

e-post: millisgustafsson@hotmail.com

Anita Ylipää MFA

Mobil: 070 60 40 341

e-post: anitayli@hotmail.com