



SKRIFTLIG BACHELOROPPGAVE

Bendik Kristiansen
288709

288709

BOP3102

Bachelor i grafisk design

Skriftlig bacheloroppgave

«Hva er normkritisk og -kreativ grafisk design, og hvordan kan en bruke strategier herfra for å gjøre temaet kjent for grafisk design-bransjen?»

Vår 2018

«Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen Kristiania er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.»

Forord

Kjære leser!

Dette er min aller siste oppgave som del av mitt studie i grafisk design ved Høyskolen Kristiania. Tre utrolig lærerike, artige og identitetsbyggende år har gått, og jeg kjenner meg sterkere, mer selvsikker og kunnskapsrik enn før. Det har vært tre utfordrende og tidkrevende år, men aller mest har det vært tre år som har hjulpet meg til å få muligheter jeg aldri hadde fått uten studiet.

Jeg vil gjerne takke min veileder Thomas Nordby som har hjulpet meg mye siden jeg kom inn på tanken om å gjøre en oppgave om normkritisk grafisk design. Han har hatt stor betydning for resultatet av den endelige oppgaven.

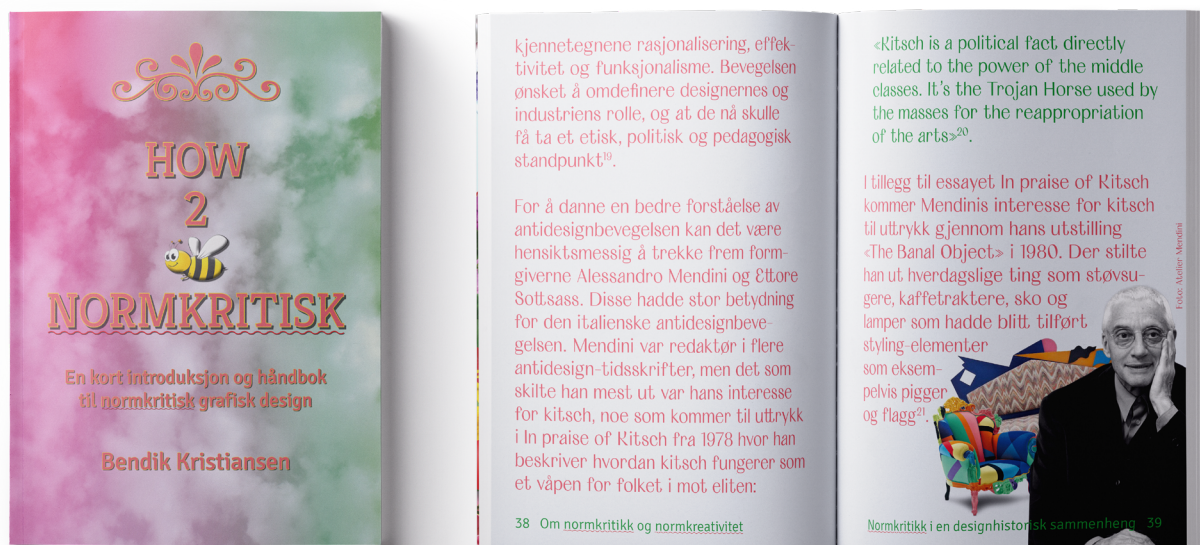
I tillegg ønsker jeg å takke Oddveig Storstad ved Høyskolen Kristiania, Paloma Blanco fra Madder, Lina Forsgren fra Feministiska Kommunikationsbyrån, Moa Schulman fra 2 typer, Kristina Retola Bore, Alexandra Falagara fra BASTION, Rebecca Vinthagen fra Settings, og Lina Zavalia fra Settings for all hjelp med innhold, referanser, tips og støtte.

God lesing!

Sammendrag

Denne oppgaven utforsker problemstillingen «Hva er normkritisk og -kreativ grafisk design, og hvordan kan en bruke strategier herfra for å gjøre temaet kjent for grafisk design-bransjen?» Gjennom ulike kapitler som metodebruk, kreativ prosess og faglige valg presenteres prosessen og strukturen bak oppgaven. Oppgaven resulterer i boken «How 2 be normkritisk», som er et resultat av litteraturstudie, intervjuer, observasjoner og idé-utviklingsmetoder.

Normkritisk og -kreativ grafisk design er en relativt ny diskurs som startet i Sverige. Dette er en tilnærming som innebærer analyser og metoder for hvordan en kan utfordre normer, både i samfunnet og i visuelle uttrykk. Tilnærmingen har et stort mangfold av begreper knyttet til seg, og det finnes derfor ikke noen fast definisjon på begrepet «normkritikk». Designere har også ulike oppfattelse av hva begrepet betyr og hva tilnærmingen innebærer. Likevel er det en enighet om at det handler om å inkludere gjennom å utfordre normative holdninger i både samfunnet og i design.



Innholdsfortegnelse

Forord	1
Sammendrag	2
1. Innledning	5
1.1. Bakgrunn for prosjektet	5
1.2. Formål med prosjektet	5
1.3. Problemstilling	5
1.4. Avgrensninger	6
2. Metodebruk og datainnsamling	7
2.1. Beskrivelse av framgangsmåte	7
2.2. Kvalitativ metode: Dybdeintervju	7
Paloma Blanco	8
Analyse av datainnsamling	8
2.3. Kvalitativ metode: Intervju med intervjuskjema	8
Lina Forsgren	9
Analyse av datainnsamling	9
Moa Schulman	9
Analyse av datainnsamling	10
2.4. Mulige feilkilder	10
3. Kreativ prosess	11
3.1. Kartlegging av medium	11
3.2. Håndboka	11
3.3. Idéutvikling	12
Moodboard	12
Designresearch	12
4. Teori	13
4.1. Historien om normkritisk grafisk design	13
4.2. Designhistorisk tilknytning	13
4.3. Definisjon av begrepene normkritikk og normkreativitet	14
5. Faglige valg	18
5.1. Redegjørelse for strategiske føringer, vurderinger og valg	18
5.2. Konsept	18
5.3. Målgruppe	18

5.4. Redegjørelse for faglige valg	18
Farger	19
Typografi	19
Format	20
Bildebruk	20
6. Oppsummering	21
7. Referanseliste	22

1. Innledning

Den skriftlige bacheloroppgaven er en teoretisk deloppgave av hele bacheloroppgaven, og jeg skal i denne teksten redegjøre for arbeidsprosessen og resultatet til min oppgave. For et helhetlig bilde anbefales det å lese både den skriftlige bacheloroppgaven og boken «How to be normkritisk». I innledningen skal jeg presentere hvilken bakgrunn og formål prosjektet har, samt hvilken problemstilling og avgrensninger jeg har brukt i min studie.

1.1. Bakgrunn for prosjektet

Høsten 2017 ble jeg oppmerksom på den svenske diskursen om normkritiske og norm-kreative tilnærminger til grafisk design. Jeg syntes det var en interessant tematikk, men et tema det finnes lite litteratur om. Siden det har jeg fulgt diskursen via sosiale medier, og jeg opplever at diskursen foregår primært i Sverige, og at grafisk design-bransjen i Norge har lite kunnskap og forståelse om fenomenet. Motivasjonen for å gjøre prosjektet er at jeg tror en normkritisk og normkreativ tilnærming kan være med på å skape et mer mangfoldig uttrykk i designverdenen, og siden det finnes så lite informasjon om tilnærmingen vil jeg starte med å definere begrepene. Dette kan hjelpe meg med å ha et bredere syn og en mer inkluderende tilnærming idét jeg begynner å jobbe innen grafisk design, noe som igjen kan spre seg til andre designere i Norge.

1.2. Formål med prosjektet

Formålet med prosjektet er å tilegne meg og spre kunnskap om normkritisk og norm-kreativ grafisk design ut til andre grafiske designere. Dette ønsker jeg skal starte en tenkning og diskurs om de etablerte normene vi har, både normer for grafisk design, men også i samfunnet. Jeg ser et stort potensial i å øke mangfoldet i formgivning siden et mer mangfoldig Norge krever nye løsninger. Dette tror jeg den normkreative tilnærmingen kunne vært med å løse, og jeg mener derfor at grafiske designere i Norge trenger kunnskap om fenomenet. Min besvarelse skal belyse tilnærmingen for å gjøre designere oppmerksom på normer, og bevisstgjøre om at ingenting er nøytralt eller naturlig.

1.3. Problemstilling/prosjektbeskrivelse

Som introdusert i bakgrunn for prosjektet er normkritikk og -kreativitet to relativt nye begrep innen grafisk design. Normkritikk er et eldre begrep som handler om å synliggjøre

samfunnsnormer som for eksempel omhandler kjønn, etnisitet og legning. Da begrepet normkreativitet oppstod i Sverige ble dette en forlengelse av det normkritiske synet, og skulle være med på å utfordre normer gjennom å gjøre noe aktivt. Begrepene styrer i dag en diskurs særlig blant feministiske designere i Sverige, og praktiseres i ulike bransjer.

Gjennom bacheloroppgaven skal jeg utforske hva normkritisk og -kreativ grafisk design er, og hvordan dette kan formidles ut til bransjen ved å benytte meg av de samme strategiene. Resultatet av oppgaven kan være en trykksak, utstilling, eller en annen form for presentasjon av funn fra research.

Problemstillingen som utforskes i prosjektet er:

Hva er normkritisk og -kreativ grafisk design, og hvordan kan en bruke strategier herfra for å gjøre temaet kjent for grafisk design-bransjen?

Dette er en todelt problemstilling hvor jeg først skal avklare hva begrepene omhandler, og om det kan dannes en definisjon av normkritisk og normkreativ grafisk design. Deretter skal jeg benytte meg av de strategiene jeg lærer, som til eksempel fargebruk og typografi, for å presentere dette til grafisk design-bransjen. Prosjektet er derfor både teoretisk og praktisk. Hvordan dette gjennomføres blir beskrevet under kapitlet «metodebruk».

1.4. Avgrensninger

I og med begrepet normkritikk er et eldre, og svært bredt begrep forekommer også fenomenet i andre yrkespraksiser som blant andre pedagogikk, organisasjonsbygging og produktdesign. Siden det finnes marginalt av litteratur om temaet innen grafisk design-bransjen vil jeg også benytte meg av litteratur som omhandler normkritikk i andre yrkespraksiser enn design. Eksempelvis er noe av den utvalgte litteraturen om normkritisk organisasjonsbygging og pedagogikk.

Det finnes i dag et mangfold av begreper rundt tilnærmingen, og en snakker om blant annet normkritisk, maktkritisk, normutvidende, normkreativ, mangfoldig, og kritisk design. I min oppgave kommer jeg likevel til å hovedsakelig bruke begrepet normkritikk, men noen steder benytte begrepet normkreativ når det jeg skriver om omhandler kreativ utforming av kommunikasjon.

Siden den normkritiske diskursen foregår hovedsakelig i Sverige, vil min oppgave av praktiske årsaker komme til å fokusere på de svenske perspektivene og strategiene til normkritisk grafisk design. I tillegg kan det bli lett å havne i en diskusjon om andre bevegelser i løpet av intervjuer på grunn av at tilnærmingen brukes i så mange andre praksiser. Jeg vil derfor ikke sensurere det informantene sier, siden de ulike informantene kan ha ulik oppfatning av begrepene på grunn av deres brede og uklare definisjon.

2. Metodebruk og datainnsamling

Beskrivelse av framgangsmåte

Siden normkritisk/-kreativ grafisk design ikke har en klar definisjon har oppgaven min hatt en eksplorerende form som ved hjelp av kvalitative metoder forsøker å besvare problemstillingen. Grafiske designeres forståelse av normkritisk grafisk design har vært sentralt, og jeg har derfor ingen direkte fasitsvar på hva fenomenet gjelder. Gjennom bruk av hovedsakelig litteraturstudie og intervjuer har jeg prøvd å samle oppfatninger av begrepene.

Basert på funnene fra litteraturstudie, samt egne observasjoner og tankevirksomhet, utviklet jeg en intervjuguide som ble brukt under intervju (Researchhefte, 18). Formålet med dybdeintervju var å få opplysninger om begrepene jeg ikke kunne finne i litteratur. Jeg hadde på forhånd sett for meg at jeg kom til å få flere informanter, men fikk intervju med bare et fåtall av de jeg kontaktet. Samtlige intervjuer ble gjort over internett, enten ved hjelp av videosamtaler eller over mail. Dette måtte gjøres på grunn av de lange avstandene mellom meg og de utvalgte nøkkelinformantene. På grunn av dette ble inntrykket av hverandres kroppsspråk svekket, og jeg for å være fullstendig fokusert tok jeg derfor opp lyd og bilde istedenfor å notere underveis. Samtlige informanter samtykket til dette (Researchhefte, 19). Det ble også gitt samtykke til at jeg kunne bruke svarene i boken jeg endte opp med å skrive og designe. Datainnsamlingen gjennom intervju ble dermed gjort både for å få informasjon om hvordan jeg kunne presentere temaet, men også for å få innhold jeg kunne presentere i boken.

Kvalitativ metode: Dybdeintervju

Dybdeintervjuet ble gjennomført med hjelp av en intervjuguide (Researchhefte, 18). En intervjuguide skal hjelpe både meg og informant med å gjennomføre intervjuet på en oversiktlig og strukturert måte, men åpner også for muligheten til å stille oppfølgings-spørsmål (Næss og Pettersen 2017, 81). Denne ble sendt ut til alle informanter før samtalen etter forespørsel fra de, siden samtlige ønsket å vite hva de skulle svare på, og hvor lenge samtalen ville vare. Informantene samtykket deretter til bruk av lydopptak og videoopptak, noe jeg måtte gjøre på grunn av at vi holdt intervjuene over videosamtaler. Grunnen til at alle intervjuene skulle holdes over nett var fordi alle mine informanter og potensielle informanter var bosatt i Sverige, hvor tilnærmingen er mest utbredt. Til slutt fikk jeg dessverre bare ett intervju i denne formen, siden de andre potensielle informantene sluttet å svare. Selv om jeg kontaktet svenske designere finnes det fortsatt et fåtall av de som kaller seg normkritiske, og det var derfor ikke mulig å få flere intervjuer i dette formatet.

PALOMA BLANCO

Intervjuet ble gjennomført den 11. april 2018 via Skype. Blanco er administrerende direktør i det normkritiske kommunikasjonsbyrået Madder. Dette er et svensk byrå med base i Stockholm. Samtalen startet uformelt og humoristisk ved at Paloma lurte på om hun skulle slå på kameraet, og tøyset med at hun egentlig ikke så ut som katten avbildet på profilbildet sitt. Deretter fortalte hun om byrået Madder før vi gikk gjennom intervjuguiden (Researchhefte, 18). Under det første spørsmålet delte hun skjermen sin, hvor hun hadde åpnet en presentasjon om retorikk. Hun fikk snakke helt fritt, og mens hun fortalte om presentasjonen besvarte hun mange av de andre spørsmålene fra intervjuguiden. Ved intervjuets slutt anbefalte hun meg å snakke med deres grafiske designer, Lina Forsgren. Hennes intervju blir beskrevet senere i teksten.

I etterkant av samtalen ble alt transkribert i så stor grad som det lot seg gjøre. På grunn av at samtalen ble holdt over Skype, og til tider med skjermdeling, oppstod det litt tekniske problemer hvor informanten fikk «robotstemme», og det var vanskelig å forstå hva hun sa. Transkribert samtale finnes i researchheftet side 20, men det anbefales også å lese «How 2 be normkritisk» for å se svarene knyttet opp mot litteratur og egne tanker.

Analyse av datainnsamling

Blanco og Madder har et perspektiv hvor de jobber interseksjonelt med normkritikk for å utfordre samfunnsnormer, og sier at hjertet i virksomheten Madder er å alltid være inkluderende. De tar for seg kommunikasjon hvor en ønsker mer inkludering innen kategorier som etnisitet og kjønn. Blanco er ikke en grafisk designer, men jobber tett med designere. Likevel kan designernes syn på normkritikk være annerledes, og dette er noe en bør tenke på.

Som svar på spørsmål om å definere termene normkritisk og normkreativ grafisk design svarer hun at en ikke behøver å jobbe med kommunikasjon for å være normkritisk. Dette har også vært synlig i min innhenting av litteratur hvor store deler av den normkritiske tilnærmingen foregår innen pedagogikk og andre fagretninger. Blanco legger mer vekt på at begrepet normkreativitet tilhører kommunikasjonsbransjen, og sier at det her handler om å få frem et uttrykk gjennom kreativitet og konseptskapelse.

Kvalitativ metode: Intervju med intervjuskjema

Siden noen av informantene ikke hadde tid eller lyst til å ha en samtale med lyd- og videoopptak sendte jeg ut et ferdig intervjuskjema via e-post. Det ble så gitt beskjed om at de kunne skrive det i en så muntlig form som mulig, men med det ble det også tatt i

betraktning at de kunne forme svarene sine så mye de selv ønsket. Jeg fikk tilbakesendt to utfylte skjemaer. Intervjuskjemaet som ble brukt bestod av totalt 5 spørsmål, men i et av intervjuene sendte jeg oppfølgingsspørsmål (Researchhefte, 22).

På grunn av manglende litteratur om normkritisk og normkreativ grafisk design, vil intervjuene være min hovedkilde for å besvare problemstillingen. Informantene er normkritiske personer fra design- eller kommunikasjonsbyrå, og deres synspunkt på hva tilnærmingen betyr er for min del viktigere enn hva en tekstbok sier.

LINA FORSGREN

Jeg ble anbefalt å snakke med Lina Forsgren av Paloma Blanco. En sårn prosess kalles snøballmetoden, hvor en jeg har intervjuet tipser om andre personer som er relevante for temaet (Næss og Pettersen 2017, 84). Forsgren er freelancer, co-founder, art director og prosjektleder i Feministiska Kommunikationsbyrån. Dette intervjuet var det første som ble gjort via mail, og det foregikk ved at jeg sendte de samme spørsmålene jeg hadde stilt under dybdeintervjuet med Paloma Blanco. Deretter svarte Forsgren så godt hun kunne. Siden jeg hadde en følelse av at jeg ikke hadde fått et klart nok svar rundt en definisjon av normkritikk og normkreativitet sendte jeg to oppfølgingsspørsmål. Disse var «hvordan vil du definere normkritisk grafisk design?» og «hvordan vil du beskrive forskjellen mellom normkritikk og normkreativitet?»

Svarene finnes i researchheftet side 22, men det anbefales også å lese «How 2 be norm-kritisk» for å se svarene knyttet opp mot litteratur og egne tanker.

Analyse av datainnsamling

Forsgrens svar var dessverre litt kort, noe som er naturlig ved bruk av mail. Jeg fikk likevel bruk for svarene, og brukte de til å støtte opp under litteratur. Forsgren har som Paloma Blanco og Madder et interseksjonelt perspektiv hvor hun fokuserer på hvordan blant annet etnisitet, kjønn, funksjonsvariasjoner, klasse, alder, seksualitet og religion samspiller. Å jobbe normkreativt med design handler for henne om å tørre å eksperimentere, og å samarbeide med andre.

Selvfølkelig skulle jeg ønske at intervjuet kunne holdes over Skype for å få en mer flytende samtale rundt normkritikk og normkreativitet. Jeg tror Lina Forsgren har mye å si rundt tilnærmingen, noe hun også poengterte ved å si at mye utelates på grunn av formatet. Grunnen til at hun ikke kunne gjøre intervjuet over videosamtale var på grunn av at hun var på reise.

MOA SCHULMAN

Moa Schulman ønsket også å besvare spørsmålene vi mail, og det foregikk på samme måte som med Forsgren. Schulman er en illustratør, bokdesigner og co-founder av designduoen 2typer, som hun driver sammen med Sepidar Hosseini. Hennes perspektiv går enda mer på å utfordre normer innen design, som til eksempel med typografi, fargebruk, og så videre.

Svarene finnes i researchheftet side 24, men det anbefales også å lese «How 2 be norm-kritisk» for å se svarene knyttet opp mot litteratur og egne tanker.

Analyse av datainnsamling

Schulmans svar var svært utfyllende til å være på mail. Noe hun poengterte i mailtråden var at hun også i en videosamtale ville tenkt seg om og formulert svarene sine så godt som mulig, og mener at svarene hun ga skriftlig er sammenlignbare til de hun ville gitt over videosamtale.

Schulman hadde mange gode formuleringer som ble gjengitt i sin fullstendige og opprinnelige form. Et svært godt poeng var at hun ser på formgivning som noe som skal skape en større og bredere forståelse for samfunnet.

Vi kommer aldrig kunna gå i någon annans skor, få samma upplevelser som någon annan eller helt förstå någon annan. Men formgivning kan hjälpa till att rucka lite på vad det är att identifiera sig med andra berättelser än de vi är vana vid, få oss att förstå att det finns en massa sätt att vara och tänka på. I förlängningen skapar det utrymme, rum, för flera sätt att vara på i samhället. Det är vad jag tror och hoppas på.

Mulige feilkilder

Siden intervjuene ble gjort med så få informanter, og alle var svenske kvinner rundt 30 år, får en ikke et bredt spekter av syn på hva normkritisk og normkreativ grafisk design er. Tilnærmingen brukes likevel hovedsakelig av denne gruppen mennesker, og det er noe en kan se igjen på alle referansene jeg har i boka. I en eller annen form har alle mine informanter og referanser jobbet sammen, noe som også kan påvirke hvilken retning svarene tar.

Under dybdeintervju kunne informanten se og høre meg, og min oppførsel kan ha påvirket svarene ved at jeg har nikkert, ristet på hodet, eller sagt bekreftende ord. Likevel skal ikke funnene betraktes som en fasit, siden dette er en tilnærming med mye spillerom. Det oppleves derfor at metodene er ok, siden det blir presentert som deres syn og min oppfattelse av normkritisk design.

3. Kreativ prosess

Etter jeg hadde samlet inn data for å forstå hva normkritikk og normkreativitet handlet om, ville jeg med en kreativ prosess finne en løsning på hvordan jeg kunne presentere dette til grafisk design-bransjen. I intervjuene jeg holdt under datainnsamlingen spurte jeg spørsmålet «Hva kan gjøres for å spre informasjon om den normkritiske tilnærmingen ut til bransjen?», og svarene her har blitt brukt for å finne en løsning som skal gjenspeile min forståelse av hva normkritisk og normkreativ grafisk design er.

Proessen etter datainnsamling har bestått av en normkreativ prosess hvor idéene har vært avhengig av kunnskapen jeg fikk i researchfasen. De funnene jeg gjorde under datainnsamlingen ble brukt for å teste ut ulike løsninger. Utformingen av boken er sterkt påvirket av observasjoner av andre normkritiske arbeid, som til eksempel tidsskriftet *Bang*, hvor jeg har analysert de ulike virkemidlene som brukes. Eksempler på dette kan være typografi, fargebruk og oppsett, og en nærmere analyse finnes i håndbok-delen av «How 2 be normkritisk».

Kartlegging av medium

Jeg startet med å kartlegge hvilke mulige medium jeg kunne bruke for å presentere. Her satt jeg opp en liste over blant annet film, utstilling, bok, workshop og så videre, for så å beskrive fordeler og ulemper med de ulike (Researchhefte, 28). Det jeg ønsket prosjektet skulle være var noe en kunne ha lett tilgjengelig og som kunne nå ut til mange. Resultatet ble derfor en liten bok en kan ha i bokhylla, som er lett å finne frem igjen, og som kan nå ut til mange. Boken skal også fungere som et svar på bacheloroppgavens problemstilling «Hva er normkritisk og -kreativ grafisk design, og hvordan kan en bruke strategier herfra for å gjøre temaet kjent for grafisk design-bransjen?»

Håndboka

Siden formatet jeg presenterer funnene mine i ble en bok ønsket jeg å bruke en del av boken som en håndbok. Håndbok-delen presenterer min forståelse av hvordan en kan være normkreativ, og jeg skriver om bildebruk, typografi, oppsett, format, farger og designelementer. De funnene jeg har fra intervjuer, litteraturstudier og observasjoner har blitt samlet, og forklart med eksempler i håndbok-delen av «How 2 be normkritisk». Denne informasjonen er så brukt i utformingen av den helhetlige boken, og en kan tydelig se at jeg har hentet strategier om typografi, fargebruk og så videre.

Mye av min prosess har gått med på å utforske skrifttyper, finne bilder som reflekterer den normkritiske tilnærmingen, og å skape et helhetlig uttrykk som oppfattes normkritisk.

Idéutvikling

MOODBOARD

Dette var en metode jeg gjorde for å få et overblikk over hvilken estetikk en normkritisk tilnærming resulterer i. Flere ganger under intervjuer ble det sagt at normkritisk og normkreativ grafisk design ikke er en estetikk, men en metode. Likevel opplever jeg at det oppnår en viss estetikk, og det er denne jeg har tatt utgangspunkt i, samt konkrete tips om hvordan en kan jobbe normkritisk med typografi, bildevalg og så videre. Dette er også en del av boken min, som presenterer mer konkret hvordan en kan jobbe normkritisk og normkreativt. Moodboardet består av ulike designløsninger som er utviklet ved hjelp av en normkritisk tilnærming (Researchhefte, 30).

DESIGNRESEARCH

Noe en også kan kalle for en kreativ prosess er prosessen hvor jeg har observert og analysert ulike normkritiske arbeid for å finne ut hva som er typisk innen tilnærmingen. Det jeg har sett på er typografi, fargebruk, oppsett, bildebruk, format m.m. Denne metoden har hengt sammen med utvikling av moodboards, og har hjulpet meg med å både få en oversikt over tilnærmingen, legge grunnlaget for bokens design, men også å gi innhold til boken (Researchhefte, 31).

4. Teori

Denne delen presenterer relevant teori om oppgavens tema, normkritisk og normkreativ grafisk design. Teorien skal kunne knyttes opp til problemstillingen. På grunn av at normkritisk grafisk design er en lite utbredt tilnærming finnes det som tidligere nevnt lite litteratur med en klar sammenheng til tilnærmingen. Kapitlet inneholder derfor også teori fra andre fagområder, samt innhentet informasjon fra ulike samtaler med personer i grafisk design- og kommunikasjonsbransjen. Store deler av teksten er hentet fra boken «How 2 be normkritisk».

Historien om normkritisk grafisk design

Som jeg skriver på side 15 i «How 2 be normkritisk», så startet normkritikk og normkreativitet som en diskurs blant svenske designere. I 2011 begynte Marcus Jahnke å diskutere normkritisk klesdesign (Måwe 2011), og det samme året deltok lektor Per-Anders Forstorp på et seminar ved RTH kalt «Kommunikation: Kultur, teknologi, vetenskap». Temaet denne våren var normkritisk design. Sent i november det samme året trådte Brita Lindvall og Alexandra Falagara inn i redesignet av det feministiske tidsskriftet Bang. I et intervju gjort av Bang det samme året sier de at de ønsket å betone Bang med bilder og form av normkritisk mening. 2011 var altså året alt startet for fullt innen normkritisk design, og med redesignet av Bang startet det også innen grafisk design.

Tidligere hadde en kun snakket om normkritikk innen litteratur, pedagogikk og organisasjonsbygging. Under TEDxUmeå i 2016 fortalte Sara Edenheim om opprinnelsen til normkritikk. Feministforskeren presenterte her at normkritikk startet på 90-tallet innenfor en liten gren dominert av minoritetsfeminister i akademien, hovedsakelig mørkhudede feminist-er og homofile feminister. (Edenheim 2016).

Designhistorisk tilknytning

I boken skriver jeg om mine funn rundt en definisjon av begrepene, samt hvordan det kan kobles opp til italiensk antidesign. Som jeg skriver så gjorde Crack Magazine et intervju med Martin Falck hvor han snakker om normkritisk design som anti-design, og begrunner hans valg om å drive anti-design med å forklare at han ønsket å bryte alle regler for å lære hvorfor reglene fantes (Dores 2014). Moa Schulman er også en normkritisk designer som har opplevd at den normkritiske formen har hatt likhetstrekk til postmodernismen og anti-design. Italiensk antidesign var en bevegelse som utfordret de modernistiske strate-

giene som det nå oppleves en vekkelse rundt. Bevegelsen, som var inspirert av popkunsten, oppstod på 1960-tallet, og er også kjent gjennom begrepene radikalt design og kontra-design (Kristoffersson 2003, 53-57; Høyersten 2000, 20). Innen grafisk design ble det gjort opprør mot de modernistiske normene for bruk av typografi, farger og layout, og de typiske kjennetegnene rasjonalisering, effektivitet og funksjonalisme. Bevegelsen ønsket å omdefinere designernes og industriens rolle, og at de nå skulle få ta et etisk, politisk og pedagogisk standpunkt. (Høyersten 2000, 20).

Likhetstrekkene jeg mener det finnes mellom den italienske antidesignbevegelsen og normkritisk design er først og fremst selvsagt den kritiske tilnærmingen hvor de kritiserer normer, tradisjonell estetikk og funksjonalitet. Da det i antidesignbevegelsen ble gjort opprør mot de modernistiske normene for bruk av typografi, farger, og layout mener jeg det kan trekkes klare linjer til de normkritiske og normkreative strategiene. Og da Ettore Sottsass svarte Mies van der Rohes utsagn «Less is more» med «Less is a bore» synes jeg det passer godt overens med normkritisk estetikk hvor ornamenter og dekorative elementer blir flittig brukt (Bergan og Dysthe 2003, 206).

Normkritisk design har av flere blitt sammenlignet med antidesign. Italiensk antidesign utfordret de modernistiske strategiene som stod sterkt på 60-tallet. Nå som det oppleves at modernismen har fått en vekkelse, er det derfor naturlig å trekke linjer mellom normkritikk og antidesign, siden tankene bak har likhetstrekk. Antidesignbevegelsen utfordret modernistisk typografi, fargebruk, og oppsett, noe de normkritiske designerne i dag også gjør. Selv om normkritisk design også blir sammenlignet til den italienske antidesignbevegelsens estetikk, sier Schulman at de normkreative uttrykkene har hatt en endring bare de siste fem årene, og at det er i stadig endring siden bildetradisjoner og bildenormer forflyttes. Schulman forklarer det kort og godt: «Det är mycket mer komplicerat än så, och en fårsksvara.» Videre forteller hun at siden verden er i stadig endring, endres normene hele tiden. Det som gjør den normkritiske bevegelsen unik er deres idé om at de modernistiske idealene i grafisk design-bransjen også kan overføres til samfunnet og sosiale normer. At den normkritiske bevegelsen nå blir større er derfor naturlig siden feminismen i øyeblikket er godt på vei inn i sin fjerde bølge. Kjente stemmer tar samfunnsansvar og roper høyt om viktige temaer som utfordrer likestillingen. Norge blir stadig mer mangfoldig, og et mer mangfoldig samfunn trenger mer mangfoldig design.

Definisjon av begrepene normkritikk og normkreativitet

De ulike personene jeg har snakket med i prosjektet har fått svare på hva normkritisk og normkreativ grafisk design er for de. På grunn av den fraværende litteraturen om begrepene har jeg valgt å bruke disse som en sterk kilde, men som det også blir poengtert i boken så er dette ingen fasitsvar.

Paloma Blanco, C&O i Madder, beskriver normkritisk design som inkluderende design, og viser meg en presentasjon hun har holdt om retorikk, fordi hun mener det finnes en retorikk som kan peke ut visse personer, og dermed ekskludere noen. Når hun videre beskriver normkritikk forteller hun: «Det handler egentligen litt om vilka er det som blir osynliggjorda ut i från dom normerna som rådar i dag i samhället? Vilka är det som kanskje har en inte lika stark röst, eller dess världsperspektiv inte syns, just fordi dom inte är norm?» Hun utdyper at normkritikk for henne handler om å systematisk se makt og privilegier, og å forsøke å ikke reproducere de, og at en ikke trenger å jobbe med kommunikasjon eller design for å være normkritisk. Det er først når en snakker om normkreativitet hun mener vi kan trekke inn bransjen:

Men sen att vara just normkreativ det är väl det jag tänker er den delen som appliceras på branschen, och det kan ju handla framför allt kanske om ett uttryck, og att vara en del av den här normkritiska, kanske litt mer formella, mer politiska rörelsen, men att du gör det gjennom de verktyg som du har, som är kreativiteten og konceptskapandet. Och att i ett sånt konceptskapande inte kompromissa med människors utsatthet, men att det är der en normkreativ process är mer fokuserad på skapandet och uttrykket. (Researchhefte, 21)

Lina Forsgren, co-founder av Feministiska Kommunikationsbyrån, forklarer det som en analysemetode som fokuserer på hvordan blant annet kjønn, etnisitet, klasse, seksualitet og religion samspiller. Forsgren definerer det med å bruke disse ordene:

Normkritisk grafisk design handlar korrfattat om att granska, synliggöra och förändra/utveckla/bevara/förskjuta strukturer och normer inom den grafiska formgivningen på olika sätt för att uppnå ett mål, till exempel att något ska vara tillgängligt för alla. Att det inte ska exkludera, diskriminera, förtrycka någon mm. För mig handlar det om utveckling och att inte fastna i en slentrian form som utesluter eller skadar människor som möter formen eller att väcka nya- eller utveckla/förändra tankar hos människor. (Researchhefte, 22).

For å beskrive forskjellen mellom normkritikk og normkreativitet henviser Forsgren til SETTINGS sin hjemmeside settings.se hvor de forklarer forskjellen ved at normkritiske perspektiver synliggjør normer og konsekvensene av de, og at normkreativiteten er en tilnærming og metode for å bygge nye, mer inkluderende muligheter, organisasjoner og virksomheter. (Researchhefte, 23)

Den siste personen jeg snakket med var Moa Schulman fra 2typer, som poengterer at normkritikk ikke er en estetikk, men en analyse og metode. I Sverige har tilnærmingen blitt kritisert for å skape en ny norm, og for å tydeliggjøre den faktiske betydningen av normkritikk, har designerne begynt å snakke om normkreativitet som en normkritisk praksis. Som Schulman forklarer til meg handler dette om gjennomførelsen ved å forandre, leke og

snu på normer gjennom kreativitet. For å ta et utdrag fra samtalen fortalte hun:

Jag tycker om tanken på att formgivning och illustration ska skapa mer större och bredare förståelse. Vi kommer aldrig kunna gå i någon annans skor, få samma upplevelser som någon annan eller helt förstå någon annan. Men formgivning kan hjälpa till att rucka lite på vad det är att identifiera sig med andra berättelser än de vi är vana vid, få oss att förstå att det finns en massa sätt att vara och tänka på. I förlängningen skapar det utrymme, rum, för flera sätt att vara på i samhället. Det är vad jag tror och hoppas på. (Researchhefte, 24)

Industridesigner og forsker Karin Ehrnberger skriver også om kritikken av normkritikken i sin doktoravhandling «Tillblivelser – en trasslig berättelse om design som normkritisk praktik», men opplever ikke det som overraskende at tilnærmingen får kritikk. Hun skriver: «När nya begrepp och metoder introduceras i ett samhälle och dessutom på kort tid, är ett motstånd både naturligt och en demokratisk nödvändighet.» (Ehrnberger 2017, 207–209). For å lese mer om kritikken rundt den normkritiske tilnærmingen, se «How 2 be normkritisk» side 28.

Selv om normkritikk ikke er en estetikk, virker det som at det er enighet om at normkritikk ofte kommer til uttrykk gjennom merkelige fargekombinasjoner, sammentrykte avsnitt og bilder, skrifttyper som Mistral og Comic Sans, og et uforståelig hierarki. Disse virkemidlene blir tatt i bruk av designere for å stille spørsmål til hvorfor de modernistiske reglene finnes, og hva som er grunnen til at de avvikende virkemidlene blir oppfattet som mislykkede. Ved å benytte seg av de avvikende virkemidlene i kontrast til normen skapes det en arena hvor en kan diskutere og stille spørsmål ved normene. Dette kan føre til at en ser verden på en ny måte. Noble og Bestley skriver at visuell kommunikasjon er en sosial aktivitet hvor design kan være med på å øke vår kunnskap og forståelse, og idét tror jeg den normkritiske tilnærmingen kan gjøre stor forskjell (Noble og Bestley 2016, 114–115).

Det finnes som tidligere skrevet enda et perspektiv på normkritisk grafisk design, et perspektiv som handler mer om samfunnsnormer. For å komme tilbake til det feministforskeren Sara Edenheim presenterte om normkritikkens historie, vil jeg dra frem grenen normkreativitet. Dette er et begrep flere normkritiske designere har benyttet seg av, og i en artikkel i tidsskriftet Svenska Tecknare uttaler Sepidar Hosseini, også en designer i duoen 2typer sammen med Moa Schulman, seg om det, hun sier:

Jag skulle säga att normkritik är en analys och normkreativitet ett görande. Normkritik ger verktyg för att få syn på det normativa – de överenskomna <självklarheter> som reproducerats till den grad att de upplevs som neutrala och vanligtvis passerar helt okommenterat som vore de naturlagar. Normkreativitet handlar om att gå in i dessa naturlagar och behandla dem som just de sociala konstruktioner de är, försöka omforma dem för att erbjuda fler alternativ.

Det Hosseini forteller her kan både trekkes til en utfordring av normer innen design, men også til en utfordring av samfunnsnormer som kjønn, etnisitet og religion.

Ehrnberger, som jeg tidligere har sitert, skriver i sin doktoravhandling at hun ser på normkritikk og normkreativitet som potensielle måter å få en bedre forståelse for hva en ønsker frihet fra, samtidig som at en fantaserer rundt hva en vil bruke friheten til. Hun sier: «det kritiska stimulerar till kreativitet och tvärtom». (Ehrnberger 2017, 206). Det samme beskriver Rebecca Vinthagen og Lina Zavalía i sin bok «Normkreativ» hvor de beskriver at normkritikk synliggjør normer og hjelper oss å forstå hva vi ikke vil ha, mens normkreativitet utgjør metoder for å undersøke hva vi vil ha istedet (Vinthagen og Zavalía 2014, 9).

For å oppsummere så er altså normkritikk et veldig utydelig begrep, og blant designere er det også ulike oppfatninger av hva det betyr. Gjennom intervjuer har vi funnet ut at normkritisk og normkreativ grafisk design handler om å inkludere, og å forsøke å ikke reprodusere maktstrukturer. Tilnærmingen er en analysemetode, og med et interseksjonelt perspektiv som Blanco og Forsgren har, fokusere på hvordan kjønn, etnisitet, klasse, seksualitet og religion samspiller. Normkritikk skal skape åpenhet rundt et mangfoldig samfunn gjennom å leke og snu på normer, også ved hjelp av typografi, farger, bildebruk, oppsett, format og så videre.

5. Faglige valg

Redegjørelse for strategiske føringer, vurderinger og valg

Med prosjektet ønsker jeg å tilegne meg og spre kunnskap om normkritisk grafisk design ut til andre grafiske designere for å starte en tenkning og diskurs om de etablerte normene vi har. Jeg ser et stort potensial i å øke mangfoldet i formgivning siden et mer mangfoldig Norge krever nye løsninger. Dette tror jeg den normkreative tilnærmingen kunne vært med å løse, og jeg mener derfor at grafiske designere i Norge trenger kunnskap om fenomenet.

KONSEPT

Etter den kreative prosessen har konseptet endt opp med å bli en bok om normkritisk og normkreativ grafisk design. Her skriver jeg om hva tilnærmingen handler om, hvordan den kommer til uttrykk, og hvor og når den startet. Jeg trekker det også opp mot designhistorie, og særlig den italienske antidesignbevegelsen. I den andre delen av boka presenterer jeg hvordan en selv kan være normkreativ, og dette presenterer jeg i et håndbokformat hvor jeg skriver og viser eksempler for normkritisk typografi, format, oppsett, bildebruk og så videre.

MÅLGRUPPE

Målgruppen jeg valgte for prosjektet var unge grafiske designere. Dette er en bred målgruppe, og jeg selv er en del av den. På grunn av dette har jeg ikke gjort noen kartlegging, men bakgrunnen for målgruppen er at dette er en gruppe designere med karrieren foran seg, som er åpnere for nye strategier, tanker og idéer. Prosjektets formål er å presentere en ny tilnærming, og jeg har tatt valget om å presentere dette på en måte som er delvis normkritisk. Dermed er det normkritiske uttrykket viktigere enn at bokens form og innhold blir presentert på en normativ måte som er forståelig for alle lesere.

Redegjørelse for faglige valg

Boken er både en parodi av det jeg ser på normkritisk estetikk, men også et forsøk på å være normkreativ. Jeg kommer her til å presentere valg jeg har gjort for typografi, farger, format, og bildebruk.

FARGER

Typisk i normkritisk og normkreativ design er bruken av den «feminine» fargen rosa. Rosa og rødt er ofte brukt i feministisk aktivisme som til eksempel kvinnekamp. Jeg har også valgt å bruke toner og nyanser av rosa i boken for å videreføre dette grepet. Sammen i paletten har jeg dratt inn en klar rødfarge, som hovedsakelig blir brukt på de bølgete linjene under ord som «normkritisk» og «normkreativ».

Som en sekundærfarge har jeg dratt inn komplementærfargen grønn for bruk i titler, sitat, kolumnetitler og pagina. Dette skaper en tydelig kontrast til resten av fargene i boken, og tydeliggjør viktige elementer som kan få leseren til å lett finne frem i boka.

På omslag og utvalgte sider bruker jeg også en gradering i ulike farger, hovedsakelig rosa, grønn og blå. Dette blir lagt som et lag over et bilde av skyer, noe jeg har observert flere normkritiske designere har brukt.

TYPOGRAFI

Som en normkritisk og normkreativ håndbok har jeg valgt å bruke tre skrifttyper designet av kvinner. Dette er et av de grepene som er svært vanlig innen normkritisk design. De skrifttypene jeg har brukt er Calyces, Signika, og Kreon. Calyces er designet av den tyske studenten og skriftdesigneren Charlotte Rhode, og hun beskriver skrifttypen med disse ordene:

«I created this typeface to read like opera – sharp, romantic and elegant with a hint of pathos. The name <Calyces> comes from the floral forms of the letters. Calyces is dedicated to feminist uses and free for such in the sense of solidarity.» Charlotte Rhode

Skriften blir altså kun brukt til feministiske formål, noe som var perfekt i den normkreative håndboka.

Den andre skrifttypen jeg har brukt er Signika, en sans-serif designet av Anna Giedryś. Giedryś er en designer fra Polen, og skriften Signika ble designet i sammenheng med hennes masteroppgave i Master of Arts. Signika er ment for steder hvor tydelig informasjon er viktig, spesielt på skilter. De avrundede endene står i kontrast til den skarpe Calyces, og fungerer fint til bruk i titler, kolumnetitler og pagina.

Kreon er den tredje skrifttypen, og den blir kun brukt på bokens omslag, sammen med Signika. Kreon er designet av Julia Petretta, og er en slab-serif som står i sterk kontrast til den feminine Calyces, og avrundede Signika. Slab-serif-skrifttyper har også vært gjennomgående i flere normkritiske verk.

FORMAT

Jeg har valgt å benytte meg av et bokformat i størrelsen 16 cm * 11,1 cm. Dette er et relativt lite format som kan assosieres til typiske håndbøker. Om jeg skulle vært kritisk til formatet kunne jeg brukt en bokrull, eller et format som er mer typisk innen «coffee table»-sjangeren. Jeg valgte likevel et så normativt format siden jeg synes produktet også bør være praktisk.

BILDEBRUK

Flere steder har jeg observert at bilder av skyer har blitt brukt i normkritisk arbeid. Derfor bruker jeg også dette på omslaget i tillegg til utvalgte oppslag i boken. I håndbok-delen bruker jeg også bilder uten lisens for å gi eksempler til hvordan en kan jobbe normkreativt.

6. Oppsummering

«Hva er normkritisk og -kreativ grafisk design, og hvordan kan en bruke strategier herfra for å gjøre temaet kjent for grafisk design-bransjen?»

Problemstillingen besvares av boken «How 2 be normkritisk». Boken er todelt, og utforsker i første del begrepene normkritikk og normkreativitet. I andre del av boka har det blitt utformet en «håndbok» som basert på intervjuer og observasjoner presenterer ulike strategier for hvordan en skaper et normkritisk uttrykk med hjelp av blant annet typografi, bildebruk og farger.

I dag er tilnærmingen lite kjent i Norge, og det har resultert i en oppgave med sterkt fokus på litteratur, designere og designeksempler fra Sverige. Boken kan kanskje fungere som et springbrett for medstudenter, besøkende på avgangsutstillingen, eller fremtidige arbeidsgivere til å gjøre seg opp en tanke om tilnærmingen, og med det starte en diskurs og tenkning i Norge.

Et økende mangfold i Norge krever nye løsninger, og jeg tror en normkritisk og -kreativ tilnærming kan være med på skape åpnere holdninger til design. Unge grafiske designere har blitt valgt som prosjektets målgruppe, siden de oppleves som åpnere for nye strategier, tanker og idéer. Samtidig har unge grafiske designere karrieren foran seg, og kan påvirke hvordan design kommer til uttrykk i lang tid fremover.

Bokens innhold er et resultat av litteraturstudie, intervjuer og observasjoner. Av litteratur har oppgaven hovedsakelig benyttet svenske bøker og artikler om tilnærmingen, både med et perspektiv på design, men også til organisasjonsbygging og pedagogikk. For å danne et bredere bilde av tilnærmingen har forfattere som Thomas Hauffe, Øyvind Rannem og Sara Kristoffersson blitt trukket inn. Deres tekster brukes for å sette den normkritiske tilnærmingen opp mot historie for å se tilnærmingen med et mer kritisk blikk.

De som har bidratt med viktig hands-on-informasjon om tilnærmingen er informantene Paloma Blanco, Lina Forsgren og Moa Schulman. Alle jobber med kommunikasjon i Sverige, og benytter seg av den normkritiske og -kreative tilnærmingen i sin utførelse. Deres oppfattelse av normkritikk har lagt grunnlaget for både innhold og uttrykk til boken.

7. Referanseliste

- Bergan, Gunvor Øverland og Trineline Dysthe. 2003. Tingenes århundre. Oslo: Gyldendal.
- Dores, Steven. 2014. «Beyond The Knife: Martin Falck». Crack Magazine. Lest 17. april 2018. <https://crackmagazine.net/article/long-reads/beyond-the-knife-martin-falck/>
- Edenheim, Sara. «The Other Side of Norm Criticism». TEDxUmeå. 11. mai 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=nwi6XiTrufM>
- Ehrnberger, Karin. 2017. «Tillblivelser – en trasslig berättelse om design som normkritisk praktik». Doktorgradsavhandling, KTH Royal Institute of Technology.
- Høyersten, Erlend G. 2000. «Radikal design». I Haakestad: Design, symbol, stil: Kunst og industri det 20. århundre, s. 12-28. Oslo: Faktum Orfeus Forlagene AS.
- Kristoffersson, Sara. 2003. «Memphis och den italienska antidesignrörelsen». Doktorgradsavhandling, Göteborgs universitet.
- Måwe, Ida. 2011. «Genusmedveten design – en balansakt». Genus 2011, (1): <https://www.genus.se/nyhet/genusmedveten-design-en-balansakt/>
- Noble, Ian og Russell Bestley. 2016. Visual research. New York: Bloomsbury Publishing Plc.
- Næss, Hans Erik og Lene Pettersen. 2017. Metodebok for kreative fag. Oslo: Universitetsforlaget
- Vinhagen, Rebecca og Lina Zavalía. 2014. Normkreativ. Stockholm: Premiss.

