

A

INTRODUKTION



Normer och värderingar är rättesnören som hjälper oss att hålla ihop socialt. De kan vara positiva, till exempel värderingen att våld är fel och normen att vi inte ska slå varandra, men de kan också fungera som maktinstrument och bidra till diskriminering.

Normer och värderingar upprätthålls socialt och kulturellt, till exempel genom vad vi säger till varandra och hur vi bemöter varandra, men också genom alla de saker vi skapar, vare sig det är produkter, tjänster, teknologier eller miljöer. Det vi skapar påverkar oss på flera sätt, det definierar hur och var vi kan röra oss, och hur vi förväntas bete oss. När diskriminerande normer och värderingar påverkar utformningen av lösningar och innovationer är det därför djupt problematiskt. Risken är stor att människor som inte passar in i normen begränsas på sätt som kan vara lika allvarliga som ett fördomsfullt bemötande.

Den här sviten ger exempel på vad det kan handla om. Syftet med korten är att stödja en normkritisk analys och diskussion. Använd dem som inspiration för att undersöka hur ett visst sammanhang, till exempel en produkt, en miljö eller en bild, kan vara diskriminerande. Men tänk på att korten är långt ifrån heltäckande – verkligheten är mycket mer komplex, och olika diskriminerande normer samverkar.

NORMER



RÅGBLONT OCH ROYALBLÅTT

Produkter till män i vårt samhälle färgsätts ofta med mörka färger som signalerar maskulinitet, medan produkter till kvinnor färgsätts med ljusa färger som signalerar femininitet – vilket framställer, och förstärker föreställningen om att kvinnor och män är varandras motsatser, och därför kompletterar varandra (heteronorm). Att färgförhållandet var omvänt för hundra år sedan, när rosa sågs som en maskulin färg och blått som en feminin, betyder inte att maktförhållandet var omvänt, bara att färgerna gavs andra betydelser.

Färger blir också symboliskt laddade genom vårt språk. Ordet vit i uttryck som vit arbetskraft och vit lögn skapar positiva associationer eftersom den vita färgen förknippas med renhet, oskuldsfullhet och godhet. Vitt ses också som en neutral bakgrundsfärg, det ofärgade, och används idag när något ska moderniseras, till exempel vid hometyting av bostäder som ska säljas. Svart framställs som motsatsfärg och förknippas i stället med negativa betydelser - det onda och olagliga, som svarta pengar, svart arbetskraft eller svart som synden. Tänker vi ett steg längre, att dessa färger också används för att beskriva människors hudfärg, fördjupas vår förståelse för färgsymbolikens konsekvenser.

Men valet av färger får även andra konsekvenser. För personer med synnedsättning är det lättare att orientera sig i miljöer där olika funktioner ges tydliga markeringar genom ljusmässigt kontrasterande färger. Det finns med andra ord många skäl att vara uppmärksam på färgers användning och betydelser.

NORMER



3



RUNDNINGAR OCH RÄTSIDOR

Västerländska formideal är präglade av industrisamhällets betoning på teknik och rationell produktion - normer som leder till precision och likformighet och till former som är lätta att serietillverka, till exempel plastartiklar med släta sidor som lätt släpper från gjutformar eller kantiga former som är lätta att stapla. Mjuka, organiska och varierade former, och inte minst former som inte följer den förväntade mallen värderas lägre - tänk till exempel på de knöliga morötterna som sorteras bort redan innan de hamnar i butikerna för att vi konsumenter bara tycks välja dem med regelbunden form.

Föreställningar om det maskulina respektive feminina har sedan industrialiseringens början återskapats genom form. När produkter riktas till män formges de för att uttrycka styrka, stabilitet och snabbhet - egenskaper som traditionellt förknippas med maskulinitet. Resultatet blir produkter som är hårda och kantiga utan mjuka kurvor och hålrum, eller produkter som ser ut att vara i rörelse vare sig det är en motorcykel eller rakhyvel. Är målgruppen kvinnor används det motsatta formspråket för att framhäva sensualitet och lekfullhet.

Även om hantverk och handarbete på senare år fått en renässans, och även om avancerad datorteknik och nya produktionsmetoder ger möjligheter till mer varierade former, så är det lätt att idealen hänger kvar.

NORMER



4 ROSETTER OCH RELIEFER



Lull-lull, rysch-pysch, krimskrams och pynt. Synonymerna är många för dekor. Orden berättar för oss hur dekor värderas i västerländsk kultur. De får oss att förstå att det är något obetydligt och onödigt. För ungefär hundra år sedan var både symaskiner och pistoler rikt dekorerade med blommor och blad. Sedan bannlystes dekor och ornamentik. Former skulle vara "rena" i sitt uttryck för att betona den rationella teknologins utveckling. Maskiner var framtiden medan ornament och dekor sågs som förlägligt handarbete och kvinnors förströelse. En knivskarp åtskillnad skapades mellan det som ansågs som praktiskt funktionellt och det som sågs vara onödig utsmyckning.

Att praktisk funktion och estetik är intimt sammanflätat osynliggörs fortfarande. Tänk på hur motorcykelmotorform ges noggrant eller hur fönsterkarmens relief också silar och mjukar upp ljuset som faller in i rummet. Med den konstruerade uppdelningen och tillhörande hierarkin blir dekor som relaterar till funktion accepterad, som imiterade skruvskallar i plast på en bormaskin, medan en blomma på samma bormaskin drar ner värdet och trovärdigheten. Nedvärderande av dekor används fortfarande för att skapa skillnader i värde mellan män och kvinnor, vuxna och barn, överklass och underklass och mellan uppdelningen av världen i "öst och väst". Det ojämlika maktförhållandet blir märkbart när kulturell appropiering görs – när redan utsatta gruppers kulturella uttryck med djup innebörd tas över av mer privilegierade grupper och till exempel omvandlas till kommersiella reklambudskap.

NORMER



5



REGNBÅGAR OCH RULLSTOLAR

Symboler hjälper oss att hitta rätt, göra snabba val och omedelbart förstå en komplex situation.

Men när symboler förenklar finns det en risk att de slår över i stereotyper. Tänk på symbolen som visar en kroppsfigur i rullstol. Den hänvisar till speciallösningar som krävs i miljöer som är dåligt planerade ur ett tillgänglighetsperspektiv, men varför gestalta med en bild av den som drabbas, och varför en så passiv figur? Eller symbolen för det som brukar kallas familjeparkering – en lite större parkering som är bra i många situationer och för många olika människor. Varför markera parkeringen med en heterosexuell kärnfamilj – en figur med kjol, en med byxor, ett barn och en barnvagn?

Vissa symboler är skapade med det specifika syftet att diskriminera, till exempel Blackface-symbolen som gestaltar en fördomsfullt laddad bild av en svart människa – stora runda ögon, stora röda eller vita läppar och kolsvart hud. Denna symbol, som många andra stereotypa symboler bär på ett historiskt arv som vissa menar är passerat – att symbolen i dag skulle vara oproblematisk eller att den bara är på skoj. Det är den inte för den som dagligen upplever rasism. Det är lätt att avfärda betydelsen av symboler när en inte är berörd, men också lätt att inse kraften i dem – exempelvis hakkorset.

NORMER



5



ROTTING OCH RISPAPPER

Hårda material har ofta högre status än mjuka, och relationen mellan hårt och mjukt används ofta för att betona tvåkönsnormen och heteronormen, vilket syns redan i skolans slöjdämne, i vem som väljer vad. På samma sätt ses det textila hantverksutövandet som en kvinnlig praktik och smide och trä som en manlig.

Materialhierarkin är tydlig i bland annat arkitektur och inredningsdesign. Hårda materials höga status kan leda till alltför flitig användning av sten, rostfritt och glas. Det riskerar att leda till miljöer där ljud studsar och förstärks, och konsekvenser som ljudrelaterad stress och otrivsel.

Samtidigt är material typiskt underordnat det visuella i vår kultur, och kanske har vi glömt bort hur viktiga material är för oss. För den som har nedsatt eller ingen syn blir materialitet och taktilitet helt centralt. Blindkäppen, med sitt trähandtag i ena änden och gummi som möter marken i den andra, blir en förlängning av kroppens känslighet tack vare de väl valda materialen.

Om normer begränsar vilka material vi antas tycka om och använda blir vår sinnliga upplevelse av världen fattigare och våra produkter och miljöer sämre. Material behöver väljas utifrån varje specifik situation och ibland krävs det att materialrelaterade normer utmanas för att få ett önskat resultat.

NORMER



7



REFUGER OCH RAMPER

Det finns mängder av exempel på hur människor begränsas och diskrimineras utifrån till exempel genus, kroppsskillnader och ålder när det gäller praktiska funktioner. Konsekvenserna kan vara allvarliga. Människor med olika funktionsvariationer möter dagligen onödiga hinder i den offentliga miljön. En byggnad som inte går att komma in i med rullstol gör det omöjligt för vissa personer att få tillträde. Mörka offentliga miljöer är svåra att navigera i för människor med nedsatt syn. På så sätt är det byggnaden som begränsar och hindrar människors tillgänglighet – byggnaden är ett funktionshinder.

På liknande sätt är det med produkter. Verktyg kräver ofta stora händer och muskelstyrka, fast det går att göra redskap som är både lättare och i mindre storlekar. Kvinnor ordineras ofta läkemedel som endast utprovats på män, vilket kan leda till allvarliga biverkningar. Vissa automatiska vattenkranar reagerar inte på mörk hud. Barnkläder för flickor som saknar fickor att stoppa skojiga kottar och stenar i begränsar och definierar flickors utveckling. Fram till nyligen modellerades bilstolar utifrån krockdockor som varit konstruerade för att efterlikna manskroppar, vilket ledde till 100 procent högre risk för whiplash-skador bland kvinnor.

Produkters, byggnaders och miljöers funktioner definierar vad vi kan göra och hur vi kan röra oss. Därför är det viktigt att skapa lösningar som maximerar allas frihet.

NORMER



7



ROUTRAR OCH ROLLSPEL

Utvecklingen av digitala teknologier har inneburit en stor mängd lösningar och helt nya former för samverkan mellan människor. Tekniken kan även stödja människor med funktionsvariationer. Ett exempel är talsyntes som kan läsa upp texter för människor med nedsatt syn. Men fortfarande är bristerna stora, till exempel i utformningen av många e-tjänster, trots att det finns standarder, riktlinjer och ny lagstiftning. Ett annat problem är hur diskriminerande beteenden snabbt etableras och förstärks inom sociala medier. När de sociala förutsättningarna vid fysiska möten förändras, till exempel när det finns möjlighet till anonymitet och när nyanser i språket går förlorade, gynnas näthat och förtryck. Sociala medier är också en plats för pedofila nätverk och trafficking, vilket kräver motverkande krafter i form av nya normer, lagar och kunskap.

Digital manlig dominans finns både vid utveckling av digital teknologi och är tydligt i vissa inriktningar och områden. Ett sådant område är data-spel, där det förekommer förtryck och stereotypa framställningar av bland annat kvinnor, och där det inte är ovanligt att kvinnor tar en manlig identitet för att kunna spela. Trots att den nya tekniken är dynamisk och har goda förutsättningar för att stödja många olika behov är risken ändå stor att utvecklare inte förstår eller tar hänsyn till dem.

NORMER





ROBOTAR OCH RYMDRAKETER

Ordet innovation associeras fortfarande till teknik, trots att innovation står för så mycket mer idag, till exempel nya former för organisering, nya typer av tjänster och nya sociala lösningar. Oavsett område betonas alltid det nya som ideal – till och med som samhällsideal när innovation blivit så i ropet. Men vad riskerar att nedvärderas? De små förändringarna? De befintliga lösningarna?

Innovation bygger också att på det nya ska ägas och skyddas, till exempel med patent. Men ur ett normkritiskt perspektiv är det snarare viktigt att inkluderande lösningar sprids till så många som möjligt. På samma sätt kan betoningen på innovationers ekonomiska värde vara problemfyllt. Ett sådant värde behöver inte nödvändigtvis sammanfalla med ett samhällsvärde.

Det finns en föreställning om att nya idéer skapas av enskilda individer. Här spökar fortfarande romantikens föreställning om det manliga geniet med gudagiven skapandeförmåga. Tänk på bilden av glödlampan ovanför någons huvud som ska illustrera innovation, och på hur denna någon är en vit man. Även om någon så klart kan få en idé, dra en slutsats, så kommer den knappast som en blixtnär från klar himmel, utan är en produkt av att verka i ett socialt sammanhang där det nya egentligen uppstår i samarbete mellan människor och inte i någon enskild persons huvud.



6

NORMER

10 RESTAURANGER OCH REPARATIONER



En tjänst består av interaktioner, både mellan människor, och mellan människor och olika föremål. En kan också säga att tjänsten är samskapad – att den uppstår i detta samspel. Men samskapandet är inte fritt. Tjänster är ofta medvetet regisserade – planerade och styrda för att fungera på ett visst sätt. I en tjänst definieras hur människor ska röra sig, agera och bemötas.

Här uppstår det frågor ur ett normkritiskt perspektiv. Är det till exempel någon som utesluts, och vad beror det i så fall på? Det kan vara för få språk i kommunikationsmaterialet eller brister i tillgänglighet i det fysiska rummet. Även bemötande kan diskriminera. Exempelvis att inte bli insläppt på krogen på grund av att en sitter i rullstol, eller att inte få hyra en bil på grund av sin hudfärg eller sina kläder. Bemötandet kan också vara mer subtilt, som den smygande vardagsrasismen i kommentarer och blickar eller som den välvilliga men ändå nedlåtande behandlingen av människor med funktionsvariationer.

Överhuvudtaget finns det en stor risk att tjänster begränsar utifrån fördomar som märks i bemötandet. Det kan också gälla omvänt. Hur ser det hierarkiska förhållandet ut mellan den som säljer respektive köper tjänsten? Inte sällan underordnas den som säljer tjänsten. Normkreativa tjänstelösningar handlar om jämbördighet, respektfullt bemötande och tillgänglighet.

NORMER



10

11 REKLAMPELARE OCH RABATTKUPONGER



Konsumentmarknaden bygger på flera normer och föreställningar som är intressanta ur ett normkritiskt perspektiv. Marknadens logik bygger på konsumentens frihet att välja ur ett brett utbud. Att nå konsumenten och bryta vanans makt är marknadsföringens största utmaning.

När de grundläggande behoven är tillfredställda skapas behov genom marknadsföring som klär produkter i lockande skrudar. Väl beprövade knep anspelar på sex, osäkerhet och viljan att tillhöra gruppen. Här uppstår en paradox mellan det breda utbudet som ideal och den mer likriktade verkligheten – kampen om kunderna leder till konservering snarare än utmanande av stereotyper. Att bryta mot paradoxen kräver en strategi som bygger på en fördjupad förståelse för behov, bortom stereotyper.

En annan föreställning är att konsumtion i första hand är en kvinnlig sfär – att kvinnor shoppar medan män investerar. Och att män investerar i saker de behöver till den produktion som ses som deras sfär. Sådana stereotypa föreställningar om mäns och kvinnors roller på konsumtionsmarknaden bidrar till att hålla isär dem i vardagslivet.

Något som blir alltmer aktuellt är behovet av att problematisera fördelningen mellan produktion och konsumtion globalt och att större delen av all produktion görs i länder med mycket sämre arbetsförhållanden än vad som skulle vara accepterat i de delar av världen där största delen av konsumtionen sker.

NORMER



12 RAMPLJUS OCH RETUSCHERINGAR



Stereotypa skildringar av män respektive kvinnor är vanligt. Den ideala mannen framställs som handlingskraftig, aktiv, beslutsam och kompetent, medan den ideala kvinnan beskrivs som vacker, passiv och uppmärksam på mannens behov.

Porträtt på män tas gärna med kameran riktad snett underifrån för att framhäva mannens längd vilket inger makt. Att denne även är antingen i rörelse eller stabilt placerad med armarna i kors, och gärna med allvarlig blick är också vanligt (om han inte är den rolige). Kvinnor porträtteras ofta lätt ovanifrån, med fokus på överdelen av kroppen, med ett leende mot betraktaren eller en njutningsfullt bortvänd blick. Inte sällan används kvinnors kroppar som ett slags rekvisita bredvid en man eller bil, eller något annat som är huvudsaken.

De här stereotyperna är vanliga inom populärkultur och reklam, men finns även i dagstidningar, personaltidningar och annat kommunikationsmaterial. De återges också genom ordval och vad som berättas. En kvinnlig chef som klarat en utmaning beskrivs som en räddande ängel medan en manlig vunnit en strid. Hur stereotypet det är blir tydligt om rollerna, bildformaten eller ordvalet kastas om. Samma mak-tordning gäller också skildringar som inte tillhör normen när det gäller hudfärg, sexualitet, funktionalitet eller ålder - om de alls får vara med.

NORMER



13



RUMSNYCKLAR OCH RÖKRUTOR

Allt det som betraktas som rumsligheter i olika former – till exempel husets rum, offentliga platser, vägar och landskap, är skapade utifrån normer som ofta hänger ihop med makt och hierarkier. Rumsligheter definierar på olika sätt hur vi kan agera, röra oss, känna oss, synas eller bli sedda – om rummet alls bjuder in oss.

Rum kan utesluta genom att vara svårnavigerade eller farliga. För den som till exempel har ned-satt syn eller använder rullstol innehåller offentliga platser många hinder. Kvinnor och transpersoner upplever att de betraktas och objektifieras, till exempel på badhus, toaletter och gym, liksom att vissa platser, som dåligt upplysta omgivningar runt hållplatser, är osäkra. Det gör att många begränsas i sitt rörelseutrymme. Samtidigt är kvinnor rent statistiskt mer utsatta för våld i de privata hemmen, medan män i större utsträckning utsätts för våld på offentliga platser. Människor med mörk hudfärg har liknande erfarenheter av att känna sig utanför och bli betraktade, till exempel i de kommersiella rummen som i affärer och shoppingcenter, där de bevakas med misstänksamhet.

Ur ett normkritiskt perspektiv är det viktigt att undersöka vilka normer och maktstrukturer som ett visst rum förstärker och vem som drabbas, så att rum kan skapas som är inkluderande, trygga, tillgängliga och demokratiska.

NORMER

