



Prosesspresentasjon

DEL A

"Hvordan kan vi unngå at situasjonsbestemt ensomhet blant unge voksne forsterkes, og dermed potensielt også gjøre det mindre sannsynlig at de havner i en selvdestruktiv spiral?"

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

Innholdsfortegnelse

Introduksjon		1-8				
Intro.....	1					
Visuelle valg.....	2					
Struktur.....	3					
Plan.....	4					
Reisen kort forklart.....	5					
Målgruppe og praktisk info.....	6					
Å jobbe med sårbart tema og Wicked problem.....	7					
Hva er ensomhet og hvilke typer ensomhet finnes?.....	8					
Forberedelse	9-10	Definere	24-31	Idéportefølje med 10	Endelig løsning -	Konklusjon og
Forside.....	9	Forside.....	24	ideer.....38-39	"Skjult innhold".....	refleksjon.....
Forberedelser for		Metoder.....	25	Avstemning med	"Skjult innhold" steg	
prosjektet.....	10	Etisk dilemma,		målgruppe40	for steg.....	Kildeliste.....
		veilvalg & ny		Oppsummering.....41	Begrunnelser for	63-64
Forstå	11-23	problemstilling.....	26		valg.....	
Forside.....	11	Workshop med		Prototype og teste	Ønsket virkning.....	
Metoder.....	12	målgruppen.....	27	Forside.....	42	
Oslo-Filharmonien &		Valgt fokusområde:		Metoder.....	43	
første problemstilling.....	13	Situasjonsbestemt		Dagens brukerreise.....	44-45	
Funn fra første		ensomhet.....	28	Prototyping av 4		
intervjurunde.....	14	Dagens brukerreise -		utvalgte ideer.....	46	
Veivalg.....	15	første utkast28		Prioriteringsmatrise.....	47	
Sekundærinnsikt.....	16-18	Nøkkelfunn.....	29-30	Resultat fra test og		
Primærinnsikt.....	19-22	Oppsummering.....	31	avstemning med		
Oppsummering.....	23			målgruppen.....	48	
		Idéutvikling	32-41	Valgt idé.....	49	
		Forside.....	32	Gjennomføring av		
		Metoder.....	33	og resultater fra		
		Endelig		testing.....	50	
		problemstilling.....	34	Testing og iterering		
		Workshop med		med målgruppen.....	51	
		målgruppen.....	35-36			
		Brainstorming:				
		Tankekart.....	37			

Intro

Dette prosjektet utforsker ensomhet blant unge individer mellom 18 og 29 år i overgangen fra barndom til voksenliv og i de tidlige årene av sistnevnte.

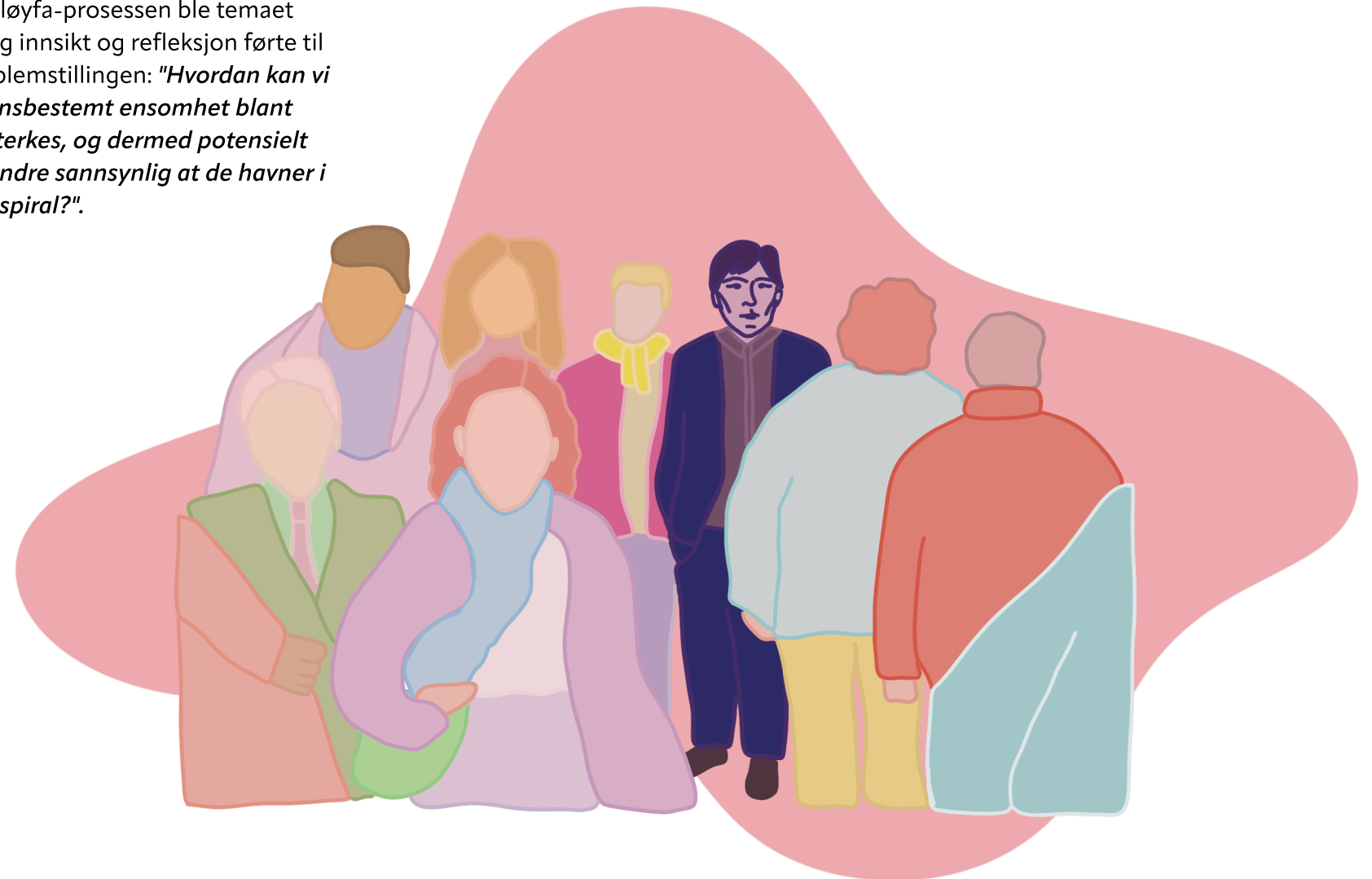
I denne livsfasen opplever man mange nye utfordringer som man må forholde seg til, inkludert å lære seg å mestre nye arenaer og situasjoner, som for eksempel å flytte hjemmefra, delta i arbeidslivet, ta ansvar for egne økonomiske forpliktelser og ta vare på seg selv på egenhånd. I tillegg kan det oppleves mer utfordrende å opprettholde sosiale relasjoner i og med at dette nå er noe du har ansvar for alene, eller det å klare å kombinere å skaffe nye relasjoner og samtidig beholde gamle (KS 2019).

Midt oppi denne overgangen er det mange som føler på en form for ensomhet. Enten det er ensomhet i form av å føle seg fysisk alene eller om det er ensomhet i form av å føle seg alene psykisk. Man kan for eksempel føle at voksenlivet er «noe alle andre mestrer, men ikke jeg», og det kan være ensomt å stå i (Oppsummering fra dybdeintervju med informanter).

I denne bacheloroppgaven vil jeg bruke tjenestedesign til å finne ut av hva ensomhet er for unge, hvilke utfordringer og behov de har i forbindelse med det og hvordan unge voksne selv mener ensomheten kan gjøres lettere.

Jeg startet denne bacheloren med Oslo-Filharmonien som oppdragsgiver. Gjennom denne mappen kommer dere til å legge merke til at den endelige løsningen har lite med min opprinnelige problemstilling som var: ***"Hvordan kan Oslo Filharmonien tiltrekke seg et yngre publikum ved å bruke musikk som et verktøy for å håndtere og dermed redusere ensomhet blant unge voksne?"***.

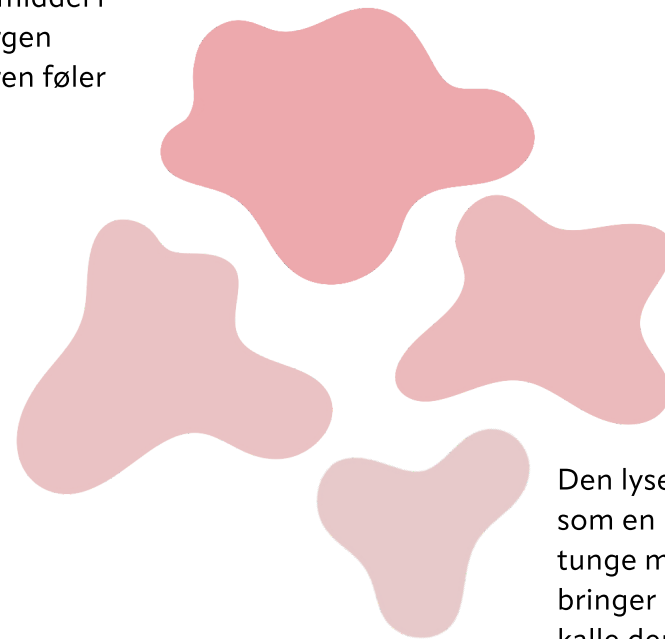
Gjennom designsløyfa-prosessen ble temaet mitt noe endret og innsikt og refleksjon førte til den endelige problemstillingen: ***"Hvordan kan vi unngå at situasjonsbestemt ensomhet blant unge voksne forsterkes, og dermed potensielt også gjøre det mindre sannsynlig at de havner i en selvdestruktiv spiral?"***.



Visuelle valg: mørk lilla og snill rosa



Den mørke lillafargen er valgt som et symbol på ensomheten og mørket det bringer med seg. Det er inspirert av en innsikt fra en av workshopene i prosjektet, hvor noen deltakere nevnte hvordan mørket gjør ensomhet verre, og hvordan de assosierer mørket med ensomhet. Lillafargen er blant annet brukt som virkemiddel i brukerreisene hvor fargen dukker opp når brukeren føler på ensomhet.



Den lysere rosafargen er valgt som en motsetning til det tunge mørket ensomheten bringer med seg. Jeg har valgt å kalle den "snill rosa" fordi den skal symbolisere alt som hjelper på å lette på ensomhet eller når ensomheten ikke er til stede. Fargen er brukt i brukerreisene for å symbolisere det "snille".

Swear Display

Designet av [James Edmondson](#). Fra [OH no Type Co.](#)



Til overskriftene mine valgte jeg fonten Swear Display i bold, som oppleves som en myk og behagelig font. Den ser noe "håndlaget" ut, og jeg tenkte derfor at den vil passe godt overens med mine visualiseringer.

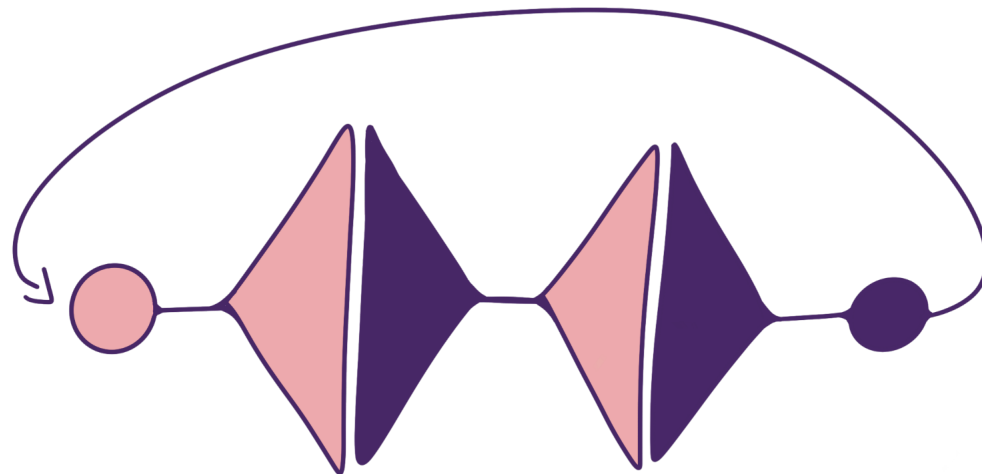
Apparat

Designet av [Botio Nikoltchev](#). Fra [Lettersoup](#).

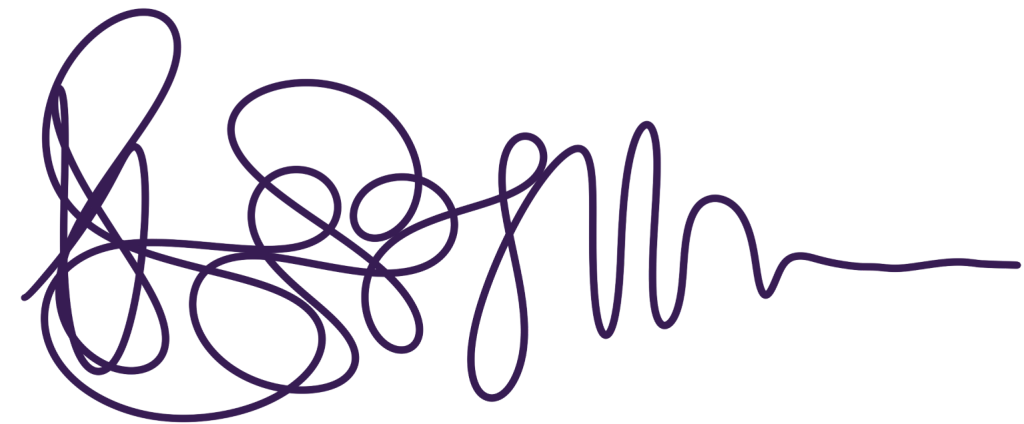


Jeg valgte apparat som font for brødtekst ettersom jeg ønsket en font som uttrykte seriøsitet, men samtidig ikke føltes streng. Dette for å uttrykke alvorligheten ved temaet uten at den oppleves for konfronterende i og med at det er et veldig sårbart tema. Apparat har noen myke trekk, samtidig som den virker klassisk og seriøs, så den treffer det jeg ønsket i en font for dette prosjektet.

Struktur: Designsløyfa og design squiggle

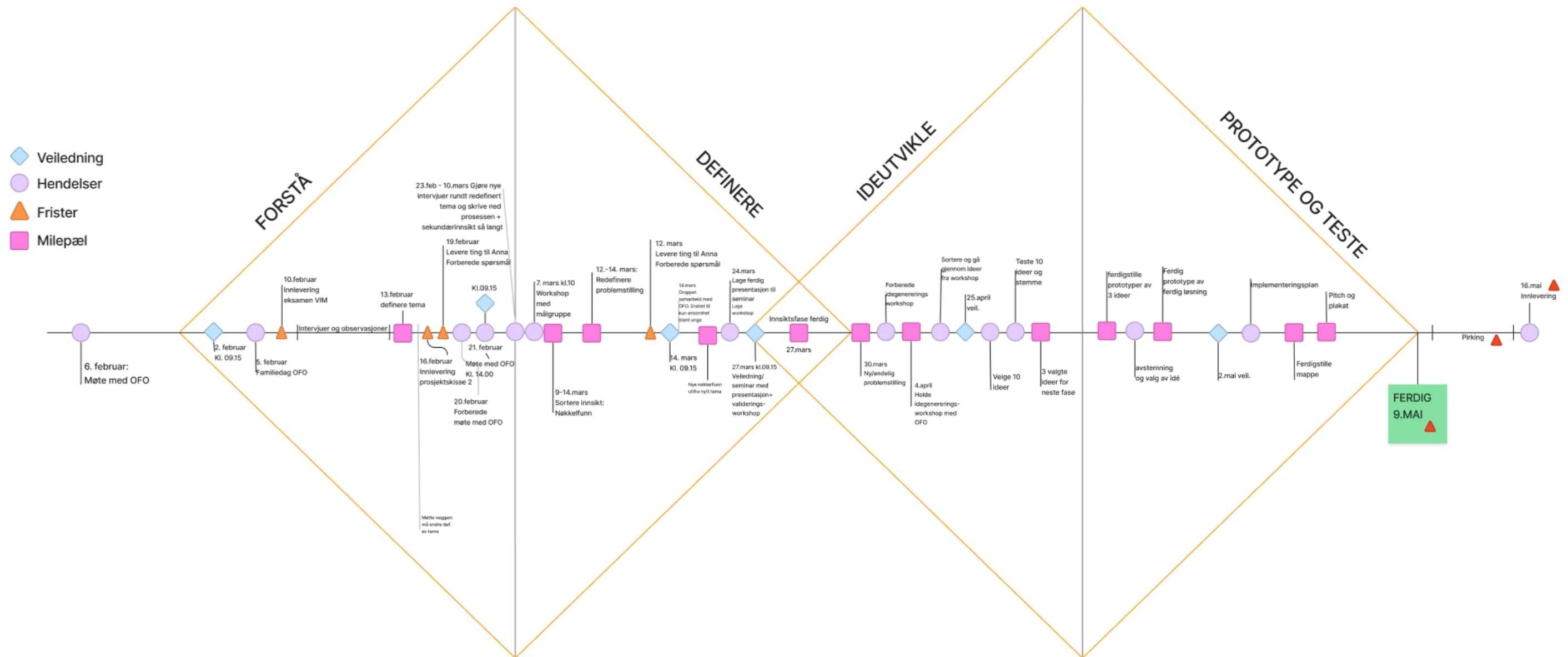


Designsløyfa er en prosessmodell som kan brukes i tjenstedesignprosjekter. Den inneholder en forberedelsesfase, en forståfase, en defineringsfase, en idéutviklingsfase, en fase for prototyping og testing, og en siste fase for implementering. De fire midterste fasene er kjent fra den doble diamanten, som er en iterativ designprosess som ble laget av British Design Council i 2005 (University of Copenhagen u.d.) Alle fasene inneholder forskjellige tankesett og metoder som kan hjelpe prosessen. (Hvidsten, et al. 2021) Jeg har valgt å bruke rosa på de divergente fasene og lilla på de konvergente fasene, for å gjøre skillet på fasene gjennom prosessen tydelig. De sidene i mappen som ikke tilhører noen av fasene i designsløyfa er holdt hvite for å skille de fra designsløyfefasene.



"The design squiggle" er ikke et rammeverk eller en prosessmodell på samme måte som designsløyfa. Dette er bare en illustrasjon som viser designprosessen og hvordan man i designprosesser ofte starter med et stort rot og mye usikkerhet, og hvordan man går mye frem og tilbake mellom fasene i designprosessen før man til slutt kommer frem til løsning (Newman u.d.). Jeg har valgt å ta med the design squiggle her fordi den illustrerer veldig godt hvordan jeg har opplevd designprosessen i denne bacheloren, og selv om jeg har fulgt designsløyfa har jeg gått mye frem og tilbake mellom de forskjellige fasene før jeg kom frem til min endelige løsning.

Plan

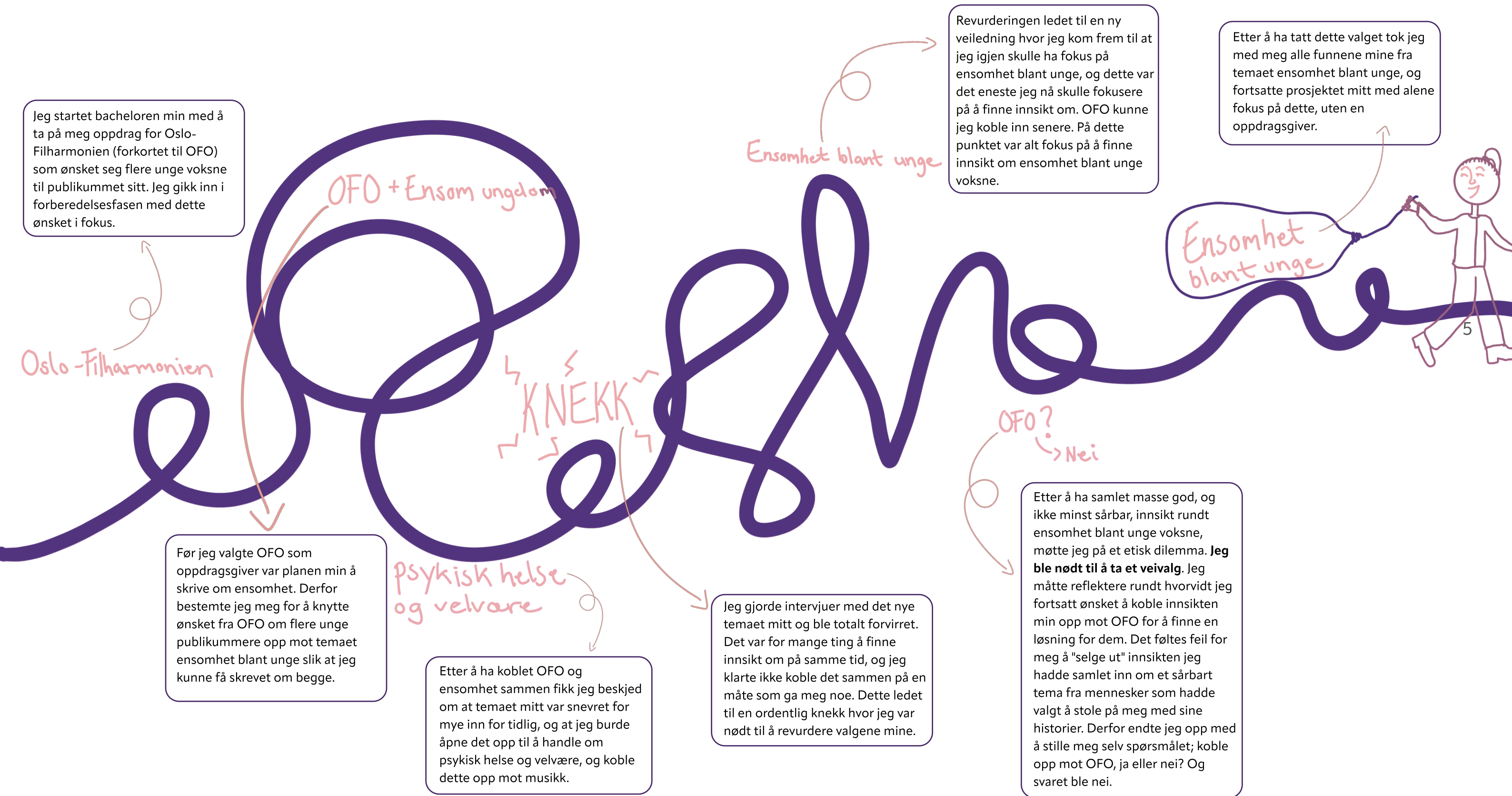


Refleksjon

Overfor vises min opprinnelige plan for prosjektet. Jeg har lagt inn i denne planen hvordan jeg så for meg at prosessen skulle gå med hva som skal skje når av veiledninger, hendelser og milepæler. Frister jeg har måttet forholde meg til er også lagt inn. Planen min her var å gjøre innsikt for problemstillingen fra Oslo-Filharmonien, og ha de med hele veien gjennom.

Jeg har gått ut ifra at jeg skal ha workshops med Oslo-Filharmonien, og at temaet mitt kom til å være koblet opp mot de hele veien og løsningen skulle være knyttet til de. Datoen jeg satt at jeg skulle være ferdig med denne mappen var 9.mai. Denne datoen har jeg holdt meg til selv om mye annet endret seg i planen.

Reisen kort forklart: Fra plan til kaos til veivalg

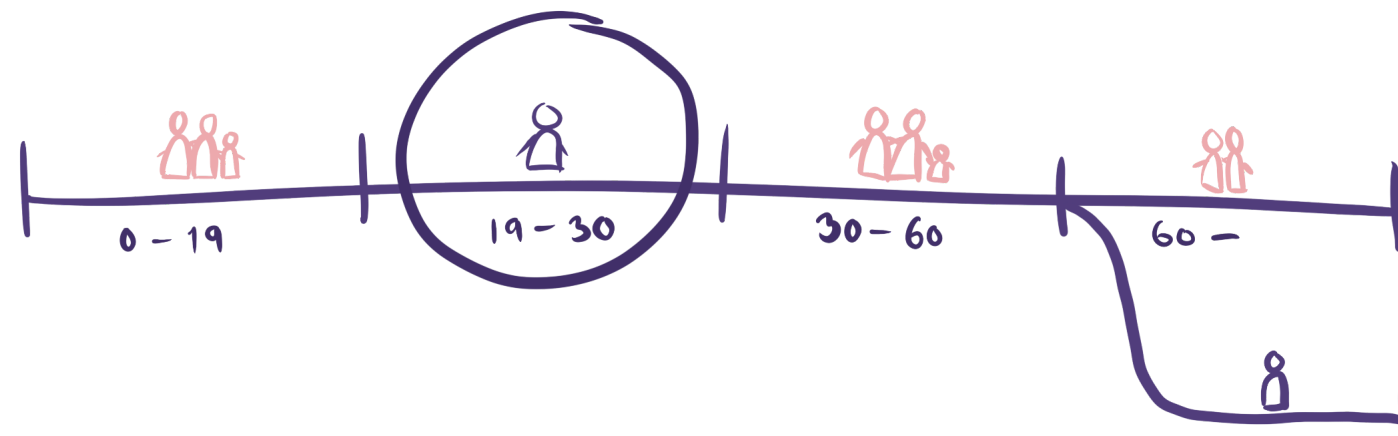


Målgruppe

Målgruppen min for dette prosjektet er unge voksne i alderen 18 til 29 år. Grunnen til at jeg har valgt denne målgruppen i forhold til ensomhet er fordi det er i denne alderen man går inn i den livsfasen hvor man skal løsrive seg fra det trygge familielivet man er vokst opp i, og finne seg selv (Barstad 2021). I SSBs artikkel "Blir vi stadig mer ensomme?" vises det til en tabell (Figur 5 i artikkelen) hvor man kan se at mennesker i aldersgrupper 18-24 år er blant de som opplever mest ensomhet i Norge. Hele 23% av denne gruppen svarer at de er mye plaget av ensomhet (Barstad 2021).

Jeg har valgt å visualisere et veldig generalisert livsløp slik jeg ser det for meg i forhold til når jeg tolker mennesker som ekstra sårbar for ensomhet, og når de ikke nødvendigvis er det. Livsløpet er basert på innsikt fra intervjuene mine og statistikken fra artikkelen til SSB som jeg nevner over. Jeg har i denne visualiseringen delt livet i fire faser. Første fase har jeg sett på som oppvekst- og familiefasen, hvor man fra 0 til ca 19 år er knyttet til en familie og trygge rammer gjennom grunnskole og faste rutiner.

Fase 2 har jeg forstått som ung voksen-fasen, som jeg har satt til alderen 19 til ca 30 år. Denne fasen, og kanskje siste året av første fasen, er fasen jeg nevner innledningsvis, hvor mange må "ut i verden" på egenhånd for første gang, og som i følge unge voksne selv handler mye om å finne ut av mange nye ting og finne seg selv (Oppsummering fra dybdeintervjuer med målgruppen). Det er også inne i denne fasen SSB har funnet en høy forekomst av ensomhet som jeg viser til tidligere i teksten (Barstad 2021). Fase 3 har jeg visualisert som "partnerfasen" og her kommer gjerne familielivet inn igjen. Etter denne fasen er det siste fase hvor jeg har delt det opp i to retninger det kan gå. En hvor barna flytter ut og man er igjen med partner, og en hvor barna flytter ut og man av forskjellige årsaker ikke lenger har en partner. Jeg laget denne visualiseringen etter å ha blitt presentert for tanken i en veiledning, og synes det var en god visualisering av argumentene for å velge målgruppen unge voksne i forhold til ensomhet. Ikke bare ser man at det er her man kan være mest utsatt for ensomhet, men det er også her man kan begynne å forebygge for ensomheten som dukker opp igjen i fase 4.



Praktisk info

- Alle bilder og tegninger er mine med unntak av de det er spesifisert under bildet at tilhører andre.

- All innsikt gjort fra intervjuer er anonymisert slik at det ikke kan spores tilbake til informantene.

- Ansikter i egne bilder som jeg har brukt fra prosessen er anonymisert med unntak av de jeg har fått skriftlig godkjenning om å ikke anonymisere.

- Screenshots hvor ansikter og navn ikke er anonymisert er tatt fra offentlige brukere på sosiale medier, og kildehenvist til i kildelisten.

Å jobbe med et sårbart tema

Å innhente innsikt krever alltid at man viser sympati og empati overfor de man skal hente innsikt fra. Sympati handler om å kunne føle med noen, men likevel skille seg selv fra saken, mens empati er enda dypere. Det handler om å kunne leve seg inn i og virkelig få den andre til å føle at du validerer deres følelser og forstår de. Det er viktig å ha med seg både sympati og empati inn i designprosessen om man skal kunne designe med og for andre mennesker, og løse riktige problemer fra deres perspektiv (Hvidsten, et al. 2021).

I et sårbart tema som ensomhet vil jeg påstå at dette er spesielt viktig, da det i utgangspunktet kan være et veldig vanskelig tema for mange å prate om, og dette må man ha tålmodighet og forståelse for. For meg har aktiv lytting vært spesielt viktig å få til gjennom intervjuprosessen.

Verdensdagen.no definerer aktiv lytting slik: «Aktiv lytting er den indre aktiviteten som foregår når vi lytter til andre, og kan være både verbal og ikke-verbal. Formålet med aktiv lytting er å øke forståelsen mellom den som prater og den som lytter, gjennom små kommunikasjonsgrep for å vise interesse og forståelse for den som prater.» (Verdensdagen for psykisk helse u.d.). Det er viktig å benytte seg av aktiv lytting i tjenstedesign både for å kunne gjøre seg forstått og for å kunne forstå de du skal snakke med. For å kunne få til et suksessfullt prosjekt er det viktig at vi genuint bryr oss om, lytter til og anerkjenner alle deltakere i prosjektet (Anna Kirah 2023).

De kommunikasjonsgrepene jeg benyttet meg av var blant annet å ikke avbryte stillhet, spørre om jeg har forstått den andre rett, kroppsspråk, holde fokus og oppsummere sammen slik at vi unngår misforståelse og slik at personen jeg prater med skulle føle seg sett, hørt og forstått. Jeg har gjort mitt beste for å leve meg inn i historiene og opplevelsene jeg har blitt fortalt, noe som til tider har gjort dette prosjektet veldig tungt. Det er ikke til å legge skjul på at jeg har blitt mye følelsesmessig påvirket av dette prosjektet, og selv om det kan være vanskelig, har det også gitt meg enda mer motivasjon og inspirasjon til å ønske å gjennomføre dette, da jeg virkelig ser viktigheten av det.



Wicked problem

Wicked problems er større problemer med mange faktorer som kan virke umulige å løse. Horst Rittel definerer wicked problems slik: *“A social or cultural issue or concern that is difficult to explain and inherently impossible to solve.”* (Study.com u.d.). Noen gode eksempler på wicked problems er fattigdom og plast i havet. I dette prosjektet ser jeg på ensomhet som et wicked problem.

Følelsen av ensomhet er en naturlig og i utgangspunktet ufarlig følelse. Mennesker kommer mest sannsynlig aldri til å klare å unngå å føle på noe som helst form for ensomhet i løpet av et helt liv. Sånn har det alltid vært, og sånn kommer det nok alltid til å være. Det er en del av vår biologi (Hølaas, et al. 2021). Noe av det som gjør ensomhet til et wicked problem er det at denne følelsen utspiller seg forskjellig fra person til person, og hvert tilfelle er helt unikt (Tiwari 2013). Ensomhet er også et symptomatisk resultat av Social Cohesion Erosion, som blir nevnt som **topp 4 globale trusler i The Global Risks Report, rett under klimatrusler** (The Global Risks Report 2022).

Fordi jeg er klar over alt det overnevnte har jeg derfor ikke satt som et mål for dette prosjektet å finne noe som kan fjerne ensomheten helt, da jeg mener det er usannsynlig å få til. Måten jeg derfor har valgt å tilnærme meg dette wicked problemet er å finne en løsning som forhåpentligvis kan gjøre følelsen lettere og/eller hvert fall unngå å forverre følelsen slik at man ikke havner i en selvdestruktiv spiral.

Ensomhet alene er også et så stort og omfattende problem, at jeg har måttet snevre det ned til situasjonsbasert ensomhet i løpet av prosessen. Hva dette er, forklarer jeg nærmere i neste side.

Hva er ensomhet og hvilke typer ensomhet finnes?

Ensomhet er en følelse av å være alene og isolert, som man kan føle både når man er alene og når man er omgitt av andre mennesker. Det kan være en mangel på følelsen av å bli sett, hørt eller forstått, eller mangel på følelse av tilhørighet (Helsedirektoratet 2022). Det skal også nevnes her at ensomhet er en helt normal følelse, og trenger ikke være noe farlig i seg selv. Vi mennesker er sosiale vesener og det ligger i vår biologi å leve i fellesskap med hverandre. Ensomheten kommer av en mangel på et menneskelig behov, på samme måte som at vi reagerer med en følelse av sult når vi er i mangel på mat, reagerer vi med en følelse av ensomhet når vårt sosiale behov ikke er tilfredsstilt (Kurzgesagt 2019). Det er viktig å skille mellom **forskjellige typer ensomhet**, da årsakene og løsningene kan variere avhengig av hvilken type ensomhet man opplever (Psykisk Helsenett u.d.). I dette prosjektet har jeg valgt å dele ensomheten opp i disse forskjellige typene:

Emosjonell ensomhet er når man føler seg isolert og alene, selv når man er omgitt av mennesker. Dette kan for eksempel oppstå når man ikke føler seg sett og forstått, når man ikke får sine følelser gjengjeldt eller når man ikke har noen å dele sine følelser med (Sabater 2022).

Eksistensiell ensomhet er når man føler seg alene i sin egen eksistens og opplever en følelse av meningsløshet eller tomhet. Dette kan oppstå når man stiller spørsmål ved livets mening og sin egen plass i verden (Wikipedia 2021).

Sosial ensomhet er det jeg har valgt å kalle ensomheten man føler når man mangler sosial kontakt og ikke har noen å tilbringe tid med. Dette er en ensomhet som kan være mer fysisk synlig enn for eksempel emosjonell ensomhet, ettersom at man faktisk ikke har noen rundt seg og er fysisk alene.

Situasjonsbestemt ensomhet

At ensomheten er situasjonsbestemt betyr at den er knyttet til omstendighetene av en situasjon du er i. Dette kan være knyttet til for eksempel å flytte til et nytt sted, å miste noen du har vært nær, bli syk over tid, avvisning eller annet. I situasjonsbestemt ensomhet er du ikke nødvendigvis fysisk alene, du har ikke nødvendigvis mangel på venner eller redsel knyttet til det å ta kontakt med folk. Det er likevel en vond og vanskelig følelse, og kan også ta flere år å komme seg ut av dersom man ikke har riktige verktøy og ressurser (Psykisk Helsenett u.d.).

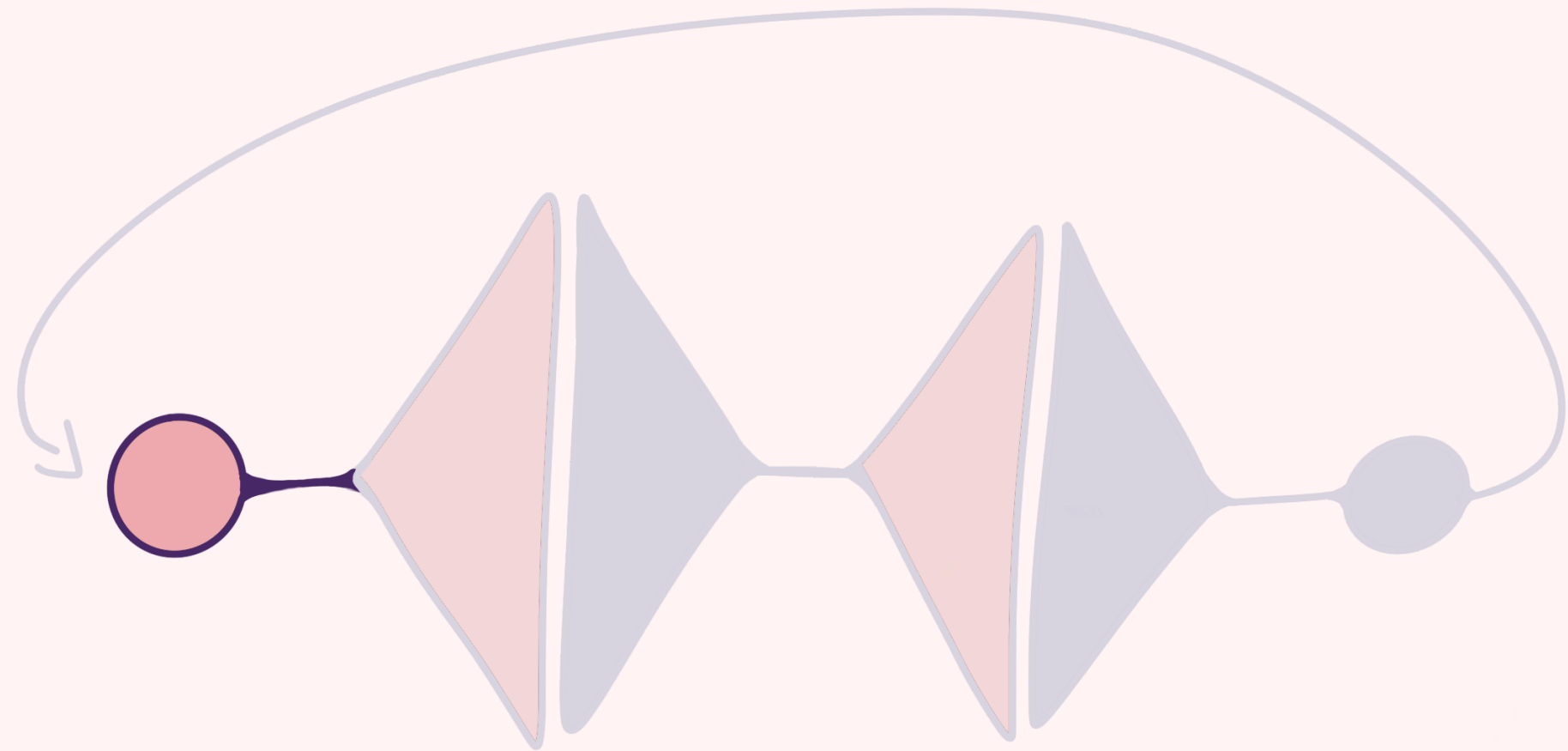
Kronisk ensomhet er ikke ensomhet som aldri går over, men det er ensomhet som varer over lengre tid. Denne typen ensomhet kan ofte skyldes hindringer som gjør det vanskelig å bygge relasjoner med andre. Dette kan være knyttet til mønstre som hindrer en i å ta kontakt med andre, eller det kan komme av tidligere negative erfaringer eller sosial angst. Noen kan også ha vansker med å vise sårbarhet og lar derfor aldri andre se bak masken. Dette kan igjen føre til at man ikke føler seg sett, noe som gjør at ensomheten vedvarer (Psykisk Helsenett u.d.).

Forberedelse

I forberedelsesfasen er det flere ting man kan gjøre for å begynne å forberede seg for det kommende prosjektet. I boken "Introduksjon til Tjenstedesign" nevnes blant annet forventningsavklaring, formål og mål, rammer for prosjektet, oversikt over aktører og tidsrammer (Hvidsten, et al. 2021).

For denne bacheloren begynte forberedelsen for meg rundt da vi skulle levere inn prosjektskisse 1, hvor vi skulle skrive hvem vi ønsket som oppdragsgiver dersom vi ønsket det. Her valgte jeg Oslo-Filharmonien som oppdragsgiver og ønsket da å ta tak i et av deres problemområder.

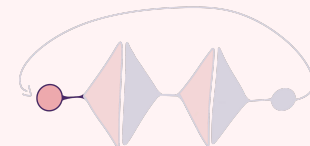
I denne fasen kommer jeg til å skrive kort om prosessdagbok, tidsrammer, rammer, og mål og formål jeg hadde for prosjektet.



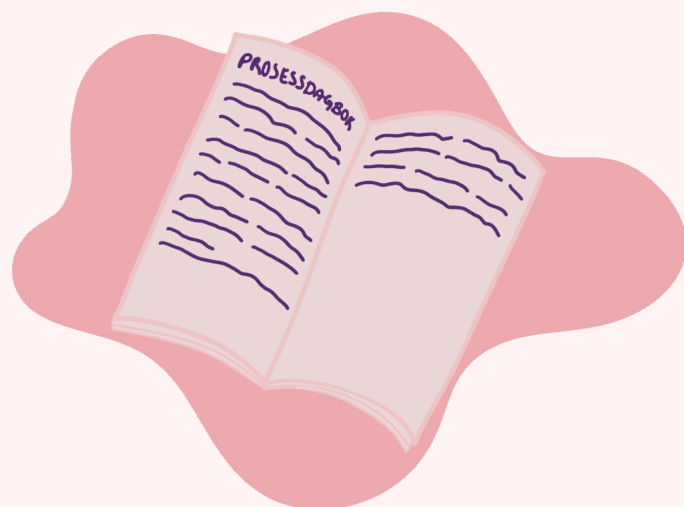
Refleksjon

Denne fasen er preget av at jeg enda ikke visste hva denne oppgaven kom til å ende opp i. Jeg hadde forberedt meg på å skrive en bachelor om et oppdrag gitt av Oslo-Filharmonien, og det var det eneste jeg enda visste helt sikkert.

Før jeg valgte Oslo-Filharmonien til oppdragsgiver hadde jeg hatt et ønske om å skrive om ensomhet, men oppdraget de ønsket hjelp til virket veldig spennende så jeg ville ikke la den sjansen gå.

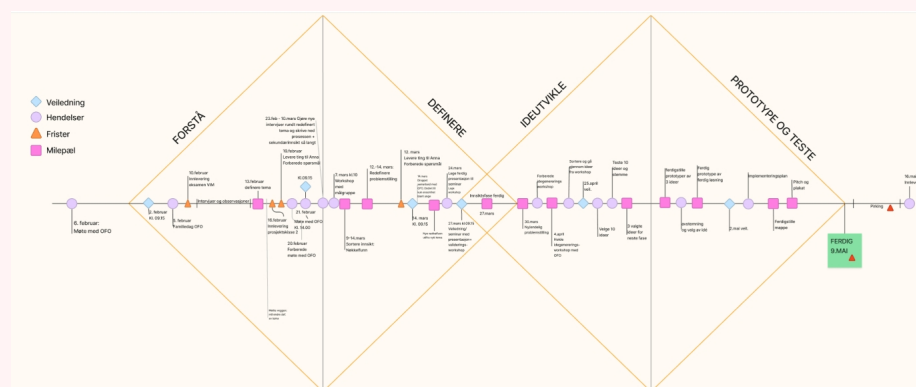


Forberedelser for prosjektet



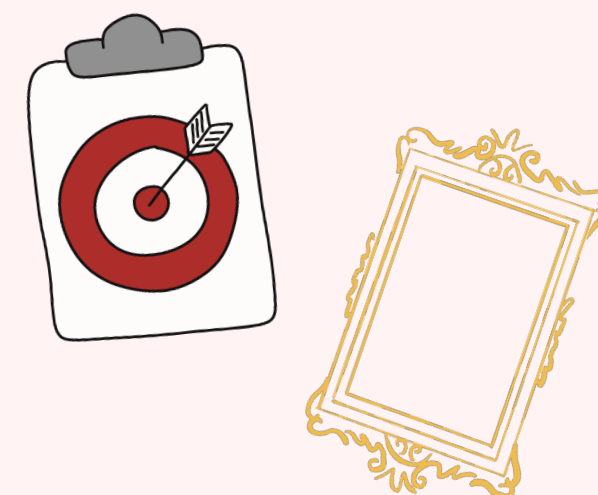
Prosessdagbok

Jeg startet på en prosessdagbok og skrev ned forventninger jeg hadde til prosjektet. I denne skrev jeg blant annet om at jeg er spent på det å skulle jobbe alene med et så stort prosjekt. Jeg skriver også litt om at jeg er spent på hvordan det blir å jobbe med Oslo-Filharmonien, da de var noen jeg ikke hadde mye kjennskap til fra før, og at jeg trodde dette kunne bli utfordrende til tider. Prosessdagboken planla jeg å bruke jevnlig gjennom hele prosjektet. Det er her jeg skriver ned tanker, frustrasjoner og gjøremål.



Tidsramme

For å ha en tidsramme å forholde meg til lagde jeg en tidsplan med oversikt over veiledninger, milepæler, hendelser og frister. Denne planen har i ettertid blitt endret et par ganger fra originalen ettersom at temaet mitt også endret seg litt underveis, men den har vært fin å ha som et utgangspunkt å forholde seg til gjennom prosjektet og gjort det lett for meg å se hva som mangler og hva som er gjort. Det har også hjulpet meg de tidene prosjektet har vært vanskelig og jeg har følt at jeg ikke får til noe, da har jeg kunnet se tilbake på alt jeg har fått til hittil, noe som har fungert som en god motivasjon og forsikring om at det går fremover.



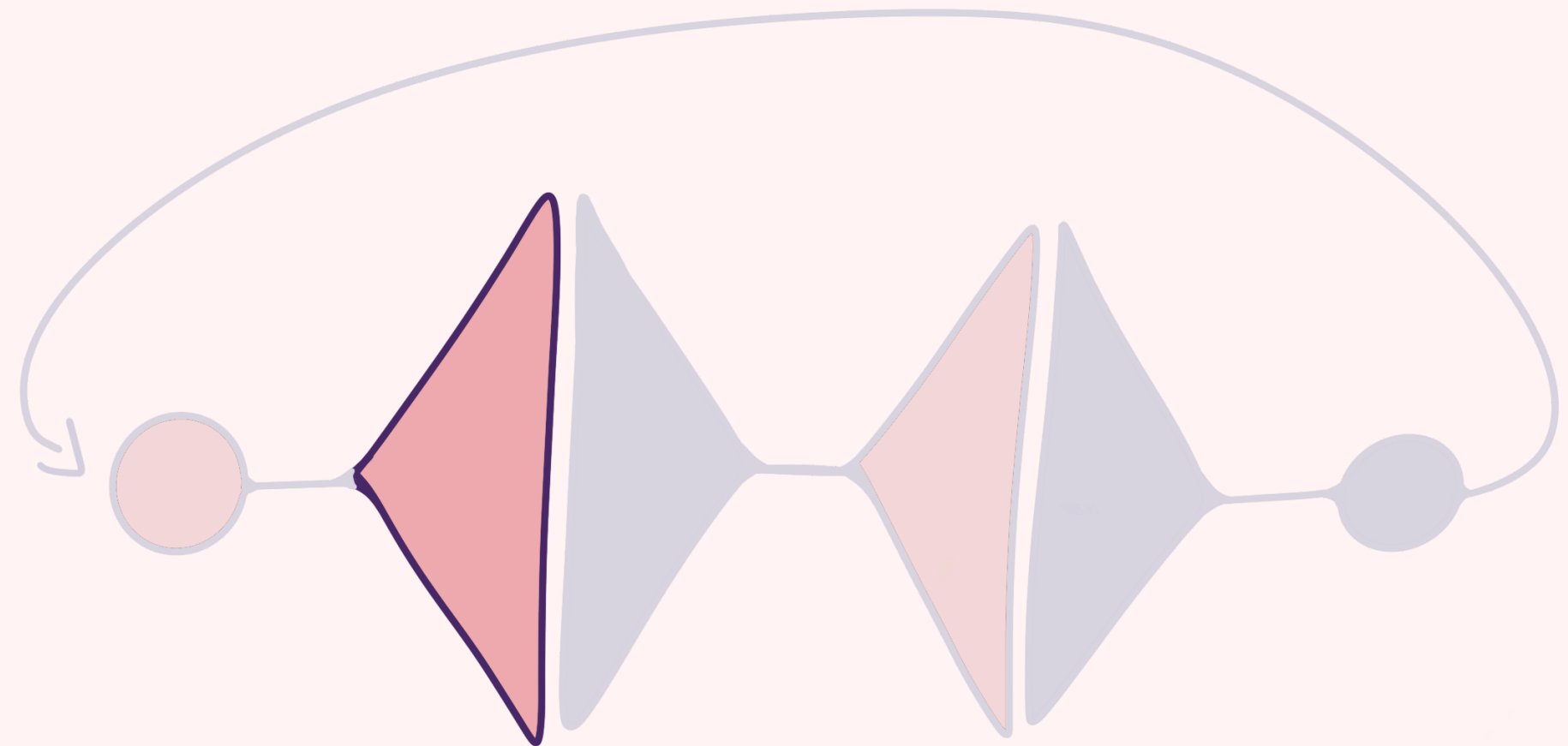
Formål, mål og rammer

Når det kom til formål og mål var det på dette tidspunktet klart for meg at målet mitt måtte være å få unge voksne til å dra på konsert med OFO, slik de ønsket. Rammene jeg valgte å gå ut ifra i denne fasen var de rammene som var satt av Oslo-Filharmonien i oppdragsbeskrivelsen i tillegg til rammene satt i bacheloroppgaveteksten og rammeverket designsløyfa.

Forstå

Forståfasen er den første fasen i selve designprosessen i designsløyfa. Denne fasen handler det om å danne seg en god forståelse for problemer, systemer og behov tilknyttet prosjektet (Hvidsten, et al. 2021). Jeg har samlet primærinnsikt gjennom bruk av dybdeintervjuer og workshop, og sekundærinnsikt gjennom bruk av research. Jeg har jobbet mye i figjam, men også en del for hånd med penn, papir og post-its.

I denne fasen kommer jeg til å starte med å gå gjennom metoder jeg har benyttet meg av. Jeg vil videre presentere bakgrunnen for den første problemstillingen. Etter dette starter jeg med funn fra første runde med primærinnsikt, før jeg går videre til en ny runde med både sekundær- og primærinnsikt. Til slutt skriver jeg om workshop og funn fra workshop, før jeg avslutter fasen med en oppsummering.



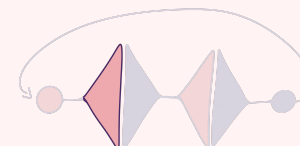
- 1 ***"Hvordan kan Oslo Filharmonien tiltrekke seg et yngre publikum ved å bruke musikk som et verktøy for å håndtere og dermed redusere ensomhet blant unge voksne?"***

Refleksjon

Mitt opprinnelige prosjekt var koblet til Oslo-Filharmonien som oppdragsgiver, og hvordan de skulle få flere unge kunder. Denne fasen er preget av det. Jeg gjorde forberedelser for å svare på Oslo-Filharmoniens oppdrag. Jeg startet med å gjøre research knyttet til dette oppdraget og ensomhet blant unge. Etter hvert som jeg kommer lenger inn i denne fasen skjer flere veivalg.

Jeg brukte mye tid i denne fasen, og var mye usikker og forvirret, som kommer til å synes i videre refleksjoner under denne fasen. Når jeg skulle begynne med å få fasen skrevet ned i denne mappen var det vanskelig å finne balansen i hva å ta med og ikke, da jeg har gjort innsikt rundt forskjellige temaer. Jeg tok en beslutning om at det viktigste for meg er å

belyse den innsikten jeg har gjort rundt ensomhet blant unge etter at jeg la Oslo-Filharmonien midlertidig til side. Samtidig ville jeg også få med en liten del av innsikten gjort da jeg hadde fokus på de, fordi det er noe innsikt fra det som jeg enda syntes var interessant. I denne fasen finnes det derfor elementer knyttet til både Oslo-Filharmonien og ensomhet blant unge.



Metoder

Research

Research er en måte å skaffe sekundærinnsikt om et tema gjennom sekundære kilder som for eksempel eksisterende forskning, bøker, nyhetsartikler, podcaster, rapporter, sosiale medier, litteratur eller annet. Det kan være nyttig å samle relevant sekundærinnsikt i et dokument eller et board i for eksempel Miro eller FigJam. Innsikten du får fra dette kan brukes som utgangspunkt for en potensiell intervjuguide eller observasjonsguide (Hvidsten, et al. 2021).

I dette prosjektet samlet jeg min sekundærinnsikt i FigJam, hvor jeg la inn artikler og rapporter som var relevante slik at jeg enkelt kunne finne tilbake til de og få en oversikt. Jeg highlightet det jeg mente var viktig og samlet oppsummeringer av informasjonen på digitale post-it lapper. Jeg har samlet sekundærinnsikt fra rapporter, avisartikler, leserinnlegg, tiktok, instagram, facebook, en tv-serie, youtube og diverse innhold fra relevante webområder. Jeg har valgt å utelate sekundærinnsikt jeg gjorde da jeg hadde Oslo-Filharmonien som oppdragsgiver som ikke lenger er relevant for temaet dette prosjektet etter hvert ender opp i.

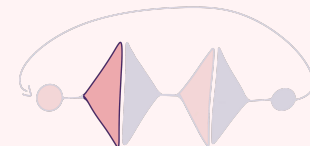
Dybdeintervju

Dybdeintervjuer gjøres for å få kvalitativ primærinnsikt og informasjon om et tema fra en person med innsikt i temaet. Det kan være et problem, et fenomen eller en tjeneste, eller som i dette prosjektet, en følelse som er skapt av, og skaper, ulike problemer. Det er viktig at man ivaretar personvernregler når man utfører dybdeintervjuer, dersom personlig informasjon skal brukes må dette samtykkes til gjennom for eksempel et samtykkeskjema (Hvidsten, et al. 2021). I mine dybdeintervjuer bruker jeg ingen personlig informasjon som kan knyttes opp mot intervjupersonene, derfor har jeg heller ikke utarbeidet et samtykkeskjema.

I dette prosjektet har jeg hatt totalt 11 dybdeintervjuer med unge voksne i alderen 20 til 28 år. Dybdeintervjuene ble utført fysisk og var det man kaller semistrukturert. Det vil si at intervjuguiden er åpen og respondenten styrer i stor grad hvilke undertema vi kommer inn på i løpet av intervjuet. Det avsluttes ofte med et fåtall lukkede eller "ledende" spørsmål (Comte Bureau u.d.).

Workshop

Workshops brukes ofte aktivt av tjenestedesignere for å innhente, bearbeide og forankre innsikt og/eller ideer gjennom prosjektprosessen (Hvidsten, et al. 2021). Her har jeg brukt det til innhenting av innsikt. Jeg hadde 6 deltakere i alderen 20 til 26 år, som ble delt opp i to grupper på 3. Workshopen hadde en tilhørende presentasjon som kan ses som ekstravedlegg «Innsiktsworkshop».



Oslo-Filharmonien & første problemstilling

Jeg startet forståfasen for denne bacheloren med Oslo-Filharmonien som oppdragsgiver, og det de ønsket seg var flere unge til publikummet sitt. Derfor startet jeg, sammen med to andre som også hadde OFO som oppdragsgiver, med et møte med OFO for å kartlegge ønsker og forventinger fra begge parter, og for å svare på og stille spørsmål som gjorde at vi kunne finne et sted å starte. Vi fikk muligheten til å delta på familiedagen og på konsert for å observere, noe vi gjorde alle tre sammen.

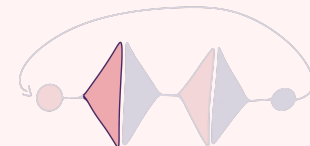
Ganske tidlig i prosessen laget vi en felles spørreundersøkelse som vi hang opp rundt om på campusen vår for å få svar på noen litt generelle spørsmål. Svarene fra denne spørreundersøkelsen er ikke tatt med her da de ikke lenger er relevante for tema.

Jeg begynte raskt med egen research og egne intervjuer og valgte her å koble problemstillingen fra Oslo-Filharmonien opp mot ensomhet, og endte opp med følgende problemstilling for første runde med innsikt:

Hvordan kan Oslo Filharmonien tiltrekke seg et yngre publikum ved å bruke musikk som et verktøy for å håndtere og dermed redusere ensomhet blant unge voksne?

13





Primærinnsikt: Funn fra første intervjurunde

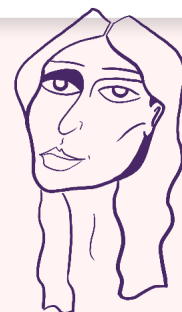
Unge voksne føler seg ensomme ved gitte situasjoner

"Føler meg også ensom etter forhold, når det blir slutt liksom. Da er det jo en stor del av livet som bare forsvinner og forlater mye tomrom." - Mann, 26



Unge voksne bruker musikk til å justere humøret

"For eksempel hører jeg på p3 morgen hver morgen, jeg våkner til musikk, jeg prøver å hente visse sinnssteminger fra musikk (...) skal jeg for eksempel vaske opp trenger jeg musikk." - Kvinne, 26



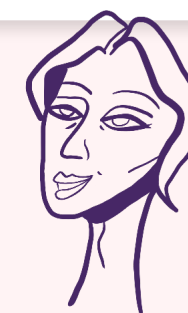
Unge voksne føler seg mindre alene når de hører på musikk eller podcast

"Jeg bruker nok ofte musikk for å føle meg mindre alene hvis jeg er alene hjemme eller går tur alene og sånne ting." - Kvinne, 24



Unge voksne bruker musikk som hjelpemiddel når de jobber

"Jeg liker å høre på musikk når jeg jobber, sånn chill study music." - Kvinne, 22



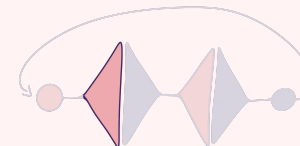
14

Refleksjon

Temaet for de første intervjuene var musikk og ensomhet blant unge. I denne fasen merket jeg at det ble litt mye forskjellig å finne ut av på en gang. Jeg klarte ikke strukturere ting og sortere informasjonen på en god måte fordi jeg enda ikke skjønnte helt hva det var jeg var på jakt etter, og spørsmål om Oslo-Filharmonien, musikk, ensomhet og

det å være ung voksen ble mikset sammen på en måte som gjorde meg litt overveldet. I en veiledning fikk jeg beskjed om at jeg kanskje hadde gått for snevert inn for tidlig i prosessen. Jeg fikk råd om å åpne temaet mer og fokuset gikk fra ensomhet blant unge til psykisk helse og velvære blant unge.

Da gjorde jeg intervjuer med utgangspunkt i et nytt reasearch-spørsmål: «**Hvordan kan unge voksnes psykiske helse og velvære knyttes opp mot deres forhold til musikk og kultur?**». Funnene fra begge disse intervjurundene som jeg følte var relevante å ta med videre, vises overfor.



Veivalg

Nytt fokus

Etter å ha gjort intervjuer rundt temaene psykisk helse og velvære, musikk og ensomhet, måtte jeg ta et valgt om et fokusområde, fordi dette ble for mye på en gang. Jeg ville ikke fokusere på psykisk helse og velvære generelt, jeg ville fokusere på ensomhet. Så det var det jeg nå valgte å gjøre igjen. Jeg tok med meg noe av innsikten jeg allerede hadde gjort og bega meg ut på en ny runde med innsikt. Denne gangen hadde jeg fått tips av veileder om å holde meg til å finne innsikt om kun målgruppen, og derfor også kun ensomhet, og legge vekk Oslo-Filharmonien foreløpig fordi det kunne jeg ta inn på et senere tidspunkt. Det viktigste for meg nå var god innsikt rundt ensomhet blant unge. Derfor endret jeg researchspørsmålene mine for denne runden med innsikt. I disse research-spørsmålene har jeg valgt å utelate tjenstedesign, og gå inn i innsikten uten å fokusere på løsning. Det gjorde at jeg fikk et bedre fokus på temaet og dermed dypere innsikt rundt temaet. Tanken var at etter hvert som jeg følte at jeg hadde nok kontroll på temaet kunne jeg igjen koble inn tjenstedesign og løsninger, og Oslo-Filharmonien.

Refleksjon

Selv om endringen fra ensomhet til psykisk helse og velvære ga mening der og da, viste det seg å gi lite mening for meg når jeg fortsatte videre med intervjuene. Jeg ble mer forvirret og møtte på veggen på et punkt, og følte jeg sto fast. Jeg tok et valg om å gå tilbake til ensomhet nok en gang fordi det var dette som vekke interesse hos meg.

Herfra gikk jeg videre med følgende **research spørsmål**:

- **Hvorfor er unge voksne ensomme?**
- **Hva er ensomhet for unge voksne?**
- **Hvordan får man seg nye venner i voksen alder?**

Det var dette jeg ønsket å skrive om, pluss at jeg nå hadde hatt noen samtaler og intervjuer med målgruppen hvor dette temaet var det jeg fikk mest ut av. I tillegg var det så mye av min sekundærinnsikt som pekte mot ensomhet blant unge som et viktig og relevant tema.

På neste veiledning ga jeg en oppdatering om at jeg nå har valgt å gå tilbake til ensomhet til tross for rådet om å åpne temaet mer, fordi dette ikke hadde hjulpet meg noe. Det gikk fint, og tipset jeg fikk om å nå bare holde fokus på ensomhet blant unge i en stund fremover viste seg å fungere bra for å løsne ting opp for meg igjen.

Sekundærinnsikt: Diverse

Høye tall

Flere artikler og rapporter viser til forskning og undersøkelser som viser tall på ensomhet, både generelt og blant unge. Noen av disse tallene er tatt med i dette prosjektet. Selv om tallene er noe forskjellige i de forskjellige forskningene og undersøkelsene, er de generelt veldig høye etter min mening, og derfor viktig å belyse.

1 av 3
føler seg ofte
ensom.
(Vågsland, Palm og
Arntzen 2022)

"Mer enn
halvparten av unge
studenter har vært
plaget av en følelse
av ensomhet."
(Vågsland, Palm og
Arntzen 2022)

Musikk kan dempe ensomhet

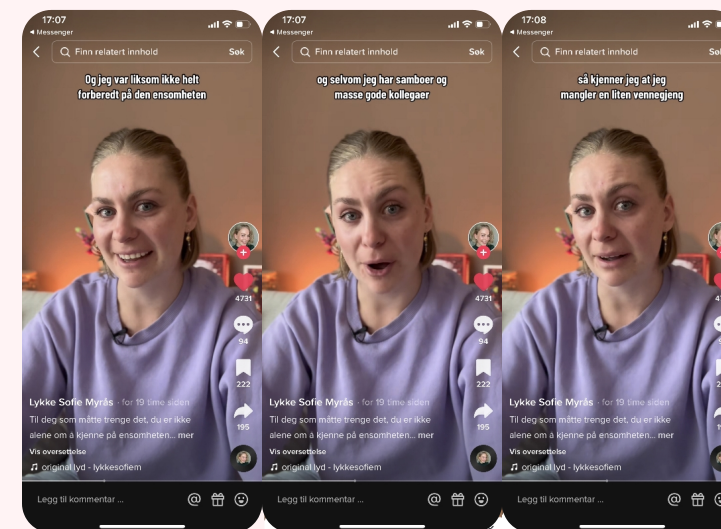
Forskere ved James Cook University i Australia oppdaget at høye lyder, blant annet høy musikk, kan dempe følelsen av ensomhet. Adam Wang sier blant annet dette om forskingen: *"Det virker som at preferansen for høyere lyder ikke bare har å gjøre med at man ønsker mer sanselig glede, men også et behov for sosial kontakt"* (Sundquist 2021). I følge forskningen kan lyder motvirke noen av de negative konsekvensene som kan komme av ensomhet, og Wang mener dette er fordi lyder blant annet gjenspeiler både fysisk og sosial nærhet til andre mennesker (Sundquist 2021).

Snakk om det

Når man gjør research rundt dette temaet finner man at det ikke bare er en spredt følelse av stor mangel på snakk om dette, men også faktisk et stort behov for å snakke om det. Det finnes flere og flere unge som legger ut videoer og bilder på sosiale medier hvor de prater om ensomhet og/eller ønsket om at vi skal prate mer om det eller belyse temaet mer. I kommentarfeltene er det mange som kjenner seg igjen. Også i nyhetsbildet har det blitt skrevet en del om ensomhet som et problem i samfunnet.



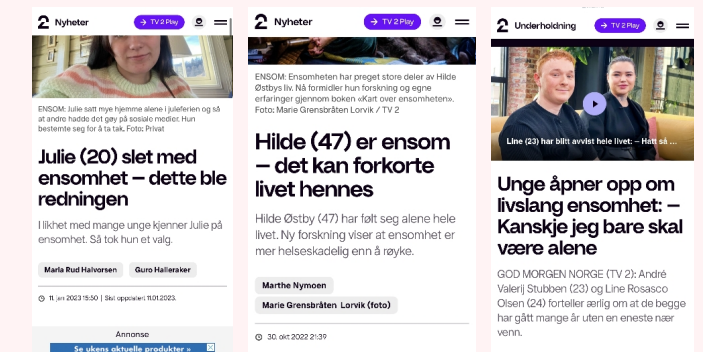
(@ldabroen 2023)



(@Lykkesofiem 2023)



(@Lykkesofiem's' kommentarfelt på TikTok)



(Halvorsen og Halleraker 2023)

(Nymoen og Lorvik 2022)

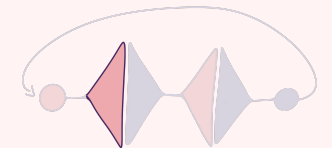
(Bøe 2023)

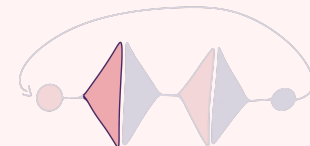


(@Siljebutteberg 2022)

(@Snakkompsyken.no 2022)

(@Snakkommobbing.no 2022)





Sekundærinnsikt: "Psykt ensom" - Rapport fra Røde Kors

Røde Kors har laget en 31 sider lang rapport som omhandler ensomhet blant barn og unge, og viktigheten av å få dette på dagsorden. Røde Kors har som ønske at rapporten skal bidra til økt kunnskap om hva ensomhet blant barn og unge er, og dermed bidra til å finne ut av hvordan samfunnet kan forbygge det. Innledningsvis i rapporten får vi noen tall fra en undersøkelse de har gjort blant ungdom i alderen 16 til 19 år, hvor de viser til at 82% av jentene og 63% av guttene som svarte på undersøkelsen føler seg ensomme ofte eller av og til for øyeblikket. Det er viktig å huske på at disse tallene kan se annerledes ut i andre undersøkelser. Selv om dette ikke er representative tall for hele min målgruppe som er unge voksne i alderen 18 til 29 år, har jeg likevel valgt å ta med resultatene fra denne undersøkelsen, da jeg anser disse tallene som svært høye tall som er viktig å sette lys på og jeg mener det belyser omfanget av problemet godt (Hølaas, et al. 2021).

Ensomhet - et samfunnsproblem

I rapporten nevnes ensomhet som et samfunnsproblem, og det ytres bekymring om hvordan økt ensomhet blant unge kan føre til samfunnsrelaterte konsekvenser rundt psykisk uhelse og utenforskap. Helsesykepleier Ann Karin Swang sier blant annet dette om temaet: «Vi lever i en glansbildeverden og kravene vi setter til oss selv blir høye og urealistiske.». Hun er bekymret for konsekvensene dette kan ha for fremtiden til de unge (Hølaas, et al. 2021).

Frister å gi sosiale medier skylden

I rapporten står det også at vi kan se en økning i selvrapportert ensomhet blant ungdom og unge voksne. Psykolog Heidi Wittrup Djup sier dette om årsaken til denne økningen: «Det er fristende å peke på sosiale medier og eksponeringen som unge utsettes for. Andres liv fremstår sosialt og vellykket, og legger føringer for hva et vellykket liv skal inneholde. Listen kan ligge på et urealistisk høyt nivå. I tillegg lever vi i en konstant strøm av input og stimuli som gjør det vanskelig å skille ut hva som er viktig. Vi er påkoblet på så mange enheter samtidig at vi distraherer oss selv vekk fra hverandre og vekk fra det som betyr noe for oss.» (Hølaas, et al. 2021).

Ensomhetens enorme påvirkning

«Ensomhet påvirker alt tror jeg. Man blir lat og tiltaksløs som igjen fører til at man får dårligere selvtillit. Jeg tror man blir veldig usikker på seg selv og dersom man føler på ensomhet over veldig lang tid vil det kunne gi negative ringvirkninger senere i livet.» Anonym jente, 18.

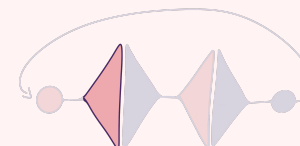
Det denne jenten nevner er en del av det jeg har valgt å forstå som «den selvdestruktive spiralen» som oppstår ved ensomhet. Denne spiralen er også noe som dukket opp i nesten hvert eneste intervju jeg har hatt med målgruppen, og oppfattes som svært lett å snuble inn i. (Hølaas, et al. 2021)

"Du er en påvirker selv om du ikke er en influenser. Du påvirker søsteren din, vennene dine. Jeg tror at vi alle i fellesskap burde slutte å late som om alt er så bra hele tiden. Det er lov å dele også flauter eller litt vonde dager."

"Vi trenger å høre historiene om de som satt alene på 17.mai." - Sandra Thoen, 23 (Hølaas, et al. 2021)

"Ensomhet påvirker alt tror jeg. Man blir lat og tiltaksløs som igjen fører til at man får dårligere selvtillit. Jeg tror man blir veldig usikker på seg selv og dersom man føler på ensomhet over veldig lang tid vil det kunne gi negative ringvirkninger senere i livet."

- Anonym jente, 18 (Hølaas, et al. 2021)



Sekundærinnsikt: Konsekvenser av ensomhet

Psykiske og fysiske konsekvenser

Det finnes mye forskning på temaet som viser til ulike konsekvenser av ensomhet. Blant annet finnes det en studie som viser til at å være ensom over lenger tid kan være **like helseskadelig for deg som det å røyke en pakke sigaretter om dagen** (Tiwari 2013).

I en artikkel skrevet på National Institute on Aging sin nettside, vises det til en studie som kobler alvorlig ensomhet til en rekke psykiske og fysiske lidelser som er høyt blodtrykk, hjerte- og karsykdommer, overvekt, svekket immunsystem, depresjon, kognitiv svikt, Alzheimers og i verste fall død (National Institute on Aging 2019).

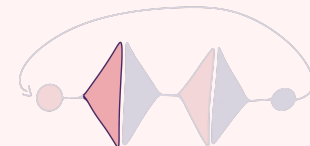
Når man opplever ensomhet over tid og ensomheten blir kronisk kan det påvirke atferd i form av at man blir defensiv og hjernen går i selvforsvarsmodus. I følge noen studier kan ensomhet også påvirke hvordan du oppfatter sosiale signaler, man kan bli mer oppmerksom på de, men tolker de oftere feil. Man blir mer oppmerksom på andre, samtidig som man forstår de mindre og mindre. Dette kan blant annet komme av at den delen i hjernen som gjenkjenner ansiktsuttrykk svekkes ved ensomhet, og man kan begynne å for eksempel mistolke nøytrale ansikter for fiendtlige ansikter (Kurzgesagt 2019).

Dårligere personlig økonomi

En langtidsstudie viser også til at ensomhet kan ha konsekvenser for personlig økonomi. Dette er spesielt for ungdom og mennesker i overgangsfasen, som unge voksne. Langtidsstudien peker på at de som opplever mye ensomhet i ungdomsårene, tjener mindre når de kommer i jobb. Det spekuleres i at grunnen for dette er at en av konsekvensene av ensomhet kan være at man blir dårligere på å knytte kontakter og bygge nettverk, og at dette igjen har stor innvirkning på jobblivet (Aalrust 2021).

“Loneliness acts as a fertilizer for other diseases,” Dr. Cole said. “The biology of loneliness can accelerate the buildup of plaque in arteries, help cancer cells grow and spread, and promote inflammation in the brain leading to Alzheimer’s disease. Loneliness promotes several different types of wear and tear on the body.” (National Institute on Aging 2019)





Primærinnsikt: Nye funn fra dybdeintervjuer med målgruppen del 1

Unge voksne synes det er vanskelig å ikke sammenligne seg med andre

"Man sammenligner seg med andre, men man vil være den folk sammenligner seg med, derfor drar vi steder hvor vi kan ta kule bilder og legge ut på Instagram og tiktok og what not. Også bidrar vi jo selv til å opprettholde det her da."
- Kvinne, 24



Unge voksne synes sosiale medier gjør de mer ensomme

"Jeg blir ikke overraska om sosiale medier, eller mobilbruk da, blir ulovlig visse steder i samfunnet som et grep for folkehelse, litt sånn som røykeloven." - Mann, 28



"Jeg tror mye av problemet ville vært løst hadde vi bare holdt oss unna sosiale medier."
- Mann, 23

Unge voksne føler seg mye ensomme i situasjoner som er typiske for deres alder

"Det er sikkert teit, men noe som kan få meg til å føle meg skikkelig ensom, er om jeg selv har lyst til å finne på noe, dra på en bar og ta en øl med noen liksom, og så spør jeg alle jeg kjenner og alle er opptatte. Sånn, selv om jeg da har venner så føler jeg plutselig at jeg ikke har det."
- Kvinne, 24



"Jeg tror jeg var på mitt mest ensomme da jeg nettopp hadde flyttet til ny by for å studere. Jeg husker jeg satt på rommet i hybelen min og ikke ante hvor jeg i det hele tatt skulle starte for å komme meg ut av det, fordi jeg kjente jo ingen og alle andre kjente jo hverandre fra før."
- Kvinne, 24



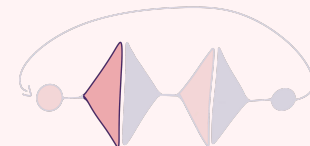
"Jeg var mye ensom i mitt forrige forhold. Det var ikke hele tiden selvfølgelig, men i situasjoner hvor jeg trengte å føle meg sett og hørt, så følte jeg ikke det, og det var vanskelig." - Mann, 28

Unge voksne er et sted i livet hvor de føler mye press

"Tror det er et veldig stort problem for folk fra rundt 17 til 30. Fordi da begynner man å bli voksen, det er den unge voksen alderen, man utvikler seg masse og skal gjøre masse feil, også er det masse man ikke får til, som er ting som er helt naturlig at man ikke får til fordi man er ikke god på voksenlivet, det er ingen som er det. Også blir man usikker og tror man er den eneste som ikke får til voksenlivet og denne fasen i livet." - Mann, 28



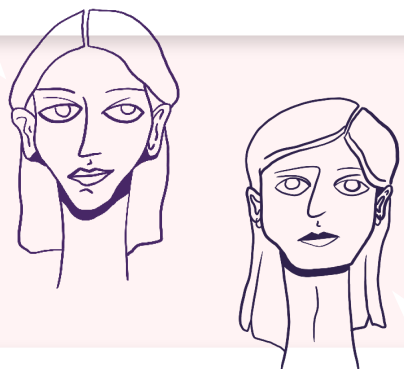
"Man skal jo finne seg selv da, også skal man samtidig kanskje flytte et nytt sted, starte en ny jobb eller nytt studie, holde kontakt med gamle venner samtidig som man skal bli kjent med nye, man skal betale regninger for første gang kanskje, holde livet på stell rett og slett. Ting man kanskje ikke har gjort før da." - Mann 21



Primærinnsikt: Nye funn fra dybdeintervjuer med målgruppen del 2

Unge voksne tror det er lett å begynne å selvdestruere når man først føler på ensomhet, noe de mener gjør vondt verre for dem selv

"Jeg tror absolutt man gjør vondt verre for seg selv når man først føler på ensomhet, jeg gjør det sikkert selv også, uten at jeg har rukket å reflektere så mye over det. Men det er kanskje nettopp det som er vanskelig med det, man ser ikke selv at det skjer." - Kvinne, 24

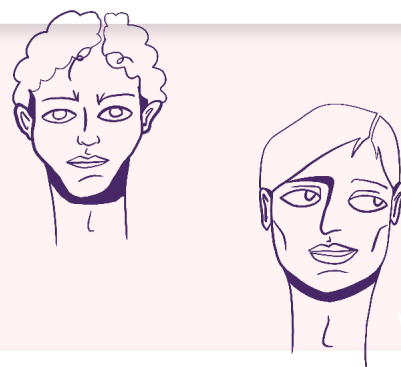


"Du isolerer deg selv på en måte. Ikke nødvendigvis fysisk, men psykisk. Tar avstand til de du er glad i, i hodet. Jeg er jo litt selvdestruktiv, så jeg kan ta et aktivt valg og ta avstand fra for eksempel mamma og pappa hvis jeg føler meg ensom i for eksempel hva jeg skal gjøre i livet mitt og de har lyst til å hjelpe, men så dytter jeg de vekk og isolerer meg i min ensomhet og gjør det egt verre." - Kvinne, 24

Ensomhet er et stort og skummelt ord man ikke ønsker å assosieres med

Flere av deltakerne nevnte at en av grunnene til at ensomhet var vanskelig for de var at de assosierer ordet med noe veldig alvorlig, noe som gjør det skummelt.

"Jeg har sikkert vært ensom, men jeg føler det blir feil å bruke det ordet fordi det har jo aldri vært veldig alvorlig liksom." - Mann, 20

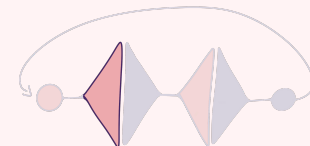


"At det føles sånn gjør det også vanskelig å innrømme både overfor seg selv og andre, og da blir det umulig å jobbe med også. Det er vanskelig." - Mann, 20

Unge voksne synes høytider og markeringsdager/dager hvor det er vanlig å være sammen med flere, er spesielt vanskelige i forhold til ensomhet

"Jeg har jo venner, men jeg har ingen stor vennegjeng, alle mine venner har liksom andre venner. Det gjør jo noen ganger at jeg møter flere folk fordi jeg møter deres venner også, men jeg får jo aldri en sånn stor gjeng, som jeg må innrømme at jeg ofte føler at alle andre har. (...) På dager som 17.mai og nyttårsaften legger jeg veldig godt merke til det, da suger det litt, og da kan den ensomhetsfølelsen dukke opp. Men så føler jeg ikke at jeg kan klage heller, fordi jeg har jo egentlig venner, om du skjønner?" - Kvinne, 24





Workshop med målgruppen

Gjennomføring

I forståfasen holdt jeg en workshop for å innhente primærinnsikt fra målgruppen i prosjektet mitt. Jeg hadde 6 deltakere i alderen 20 til 26 år, som ble delt opp i to grupper på 3. Workshopen hadde en tilhørende presentasjon som kan ses som ekstravedlegg «Innsiktsworkshop». Workshopen handlet om ensomhet. Før vi kom i gang hadde jeg en kort intro hvor jeg forklarte litt av bakgrunnen ved prosjektet, uten å røpe noe som kunne forme den innsikten de skulle gi meg. Jeg ga også tydelig beskjed om at de ikke skulle dele informasjon de ikke syntes var komfortabelt å dele, og at de selv fikk bestemme hvor personlige ting de ønsket å dele. Det var også viktig for meg at alle ble minnet på at dette temaet kan være sårbart for noen og derfor er det ekstra viktig å være snille med hverandre og være en god lytter. Jeg ga de noen «spilleregler» før vi satte i gang, disse ønsket jeg at skulle fungere som tydelige og trygge rammer for deltakerne.

Jeg ga deltakerne 4 forskjellige oppgaver. Oppgave 1 var en kort bli-kjent oppgave, hvor deltakerne også skulle finne gruppenavn. Oppgave 2 var å svare på spørsmål. Jeg hadde fire spørsmål som omhandlet ensomhet og deres opplevelse av det. Disse skulle først svares på individuelt, så diskuteres i fellesskap, før de delte fire felles svar de var enige om. Oppgave 3 var å lage en brukerreise for en ung voksen som opplever ensomhet i dag. Siste oppgave var å lage scenarioer for en verden uten ensomhet og hvordan denne verdenen ville sett ut.

Observasjoner gjort underveis

Underveis skrev jeg ned tilbakemeldinger jeg fikk, observasjoner jeg gjorde, og ting jeg hørte. Dette er tatt ut fra mine notater:

- Det var mye bra diskusjon - de er alle veldig villige til å prate om temaet selv om det er et sårt tema.
- Lite uenighet, virker som de fleste føler på mye av det samme.
- Selv om ikke alle kjenner hverandre fra før snakker de godt.
- Å være til bry nevnes veldig mye på gruppe Kendrick superior.
- Årstider og årstidsrelaterte eventer/høytider nevnes mye som ekstra vanskelig på gruppe Badstue kakao.
- Noen skulle ønske vi gikk mer i dybden, andre synes det var fint at man selv kunne styre hvor i dybden man ønsket å gå.



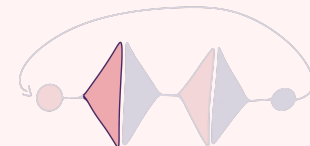
Bilde tatt fra innsiktsworkshop. Brukt med godkjenning fra avbildede personer.



Bilde tatt fra forberedelser til workshop.



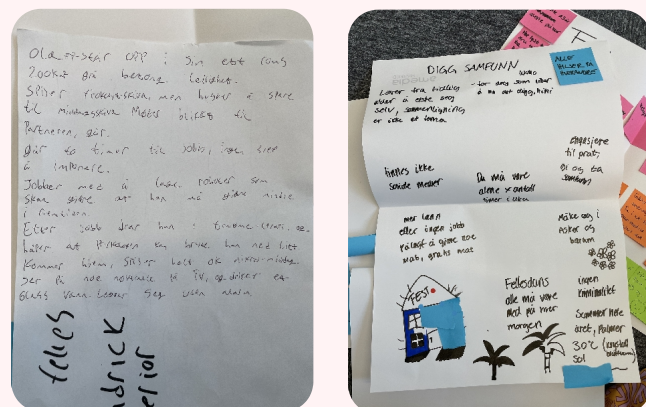
Bilde tatt fra innsiktsworkshop. Brukt med godkjenning fra avbildede personer.



Funn fra workshop med målgruppen

Et samfunn uten ensomhet er følelsesløst og dystert eller overdrevent flott

Når deltakerne skulle lage scenarioer laget den ene gruppen "Følelsesløst samfunn" hvor alle ting er grått og hardt, og ingen følte noen følelser så alle var helt nøytrale til alt. Den andre gruppen laget "Digg samfunn" hvor det er sommer og fint vær hele året, alle hilser på hverandre og det finnes ingen sosiale medier. Det jeg fikk ut av dette var både viktigheten av å ikke undergrave følelser, og at ensomhet er en helt naturlig del av oss som ikke trenger å være farlig, og kanskje til og med må føles litt på. Jeg fikk også ut av det at sosiale medier har en stor påvirkning på temaet, og er noe deltakerne var veldig opptatt av å belyse.



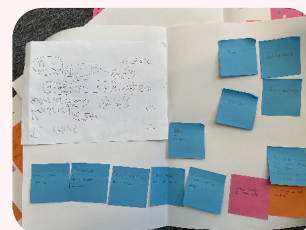
Bilder av detaljer fra besvarelser på oppgave om fantasiscenario.

Situasjonsbestemt ensomhet

Brukerreisene til deltakerne var alle basert på ulike situasjoner man havner i som ung voksen: Flytting, brudd med kjæreste, ingen å dra på bar med fordi alle er opptatt, miste noen man er glad i og høytid. Disse går under kategorien situasjonsbestemt ensomhet, som det på bakgrunn av dette og funn fra intervjuer, virker som er den mest vanlige ensomheten blant denne målgruppen.

Deltakerne tror at å unngå sosiale medier og jobbe med å få et bedre forhold til seg selv hjelper best mot ensomhet

På spørsmål om hva deltakerne trodde kunne hjelpe unge voksne mot å føle seg ensom, svarer de litt forskjellig, men to fellesnevnerne var å unngå sosiale medier/minske mobilbruk og å få et bedre forhold til seg selv for å kunne takle situasjoner som kan føre til ensomhet bedre.



Bilder av detaljer fra besvarelser.



Bilde tatt fra innsiktsworkshop. Brukt med godkjenning fra avbildede personer.

Ensomhet fører til en selvdestruktiv spiral

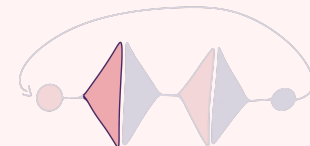
"Ofte gjør man vondt verre for seg selv i en situasjon som ensomhet, man bygger det opp i sitt eget hode og slutter å si ja og inkludere seg selv og rett og slett selvdestruerer. Og da går det jo bare i en evig negativ spiral og man ender kanskje som mye mer ensom enn man i utgangspunktet var." - Mann, 24

Høytider og markeringsdager oppleves ekstra vanskelige

"Noen tider på året er mye vanskeligere enn andre, høytider for eksempel. Jeg føler meg sjeldent mer ensom enn hva jeg gjør i juletider, nyttårsaften og 17.mai for eksempel." - Mann, 23

Å være ung voksen er vanskelig

"Som ung voksen er vi jo på et veldig sårbart sted i livet. Det er mye som skjer rundt oss og ofte mye store forandringer som kan være vanskelig å håndtere. Alle må på en måte finne seg selv." - Kvinne, 25



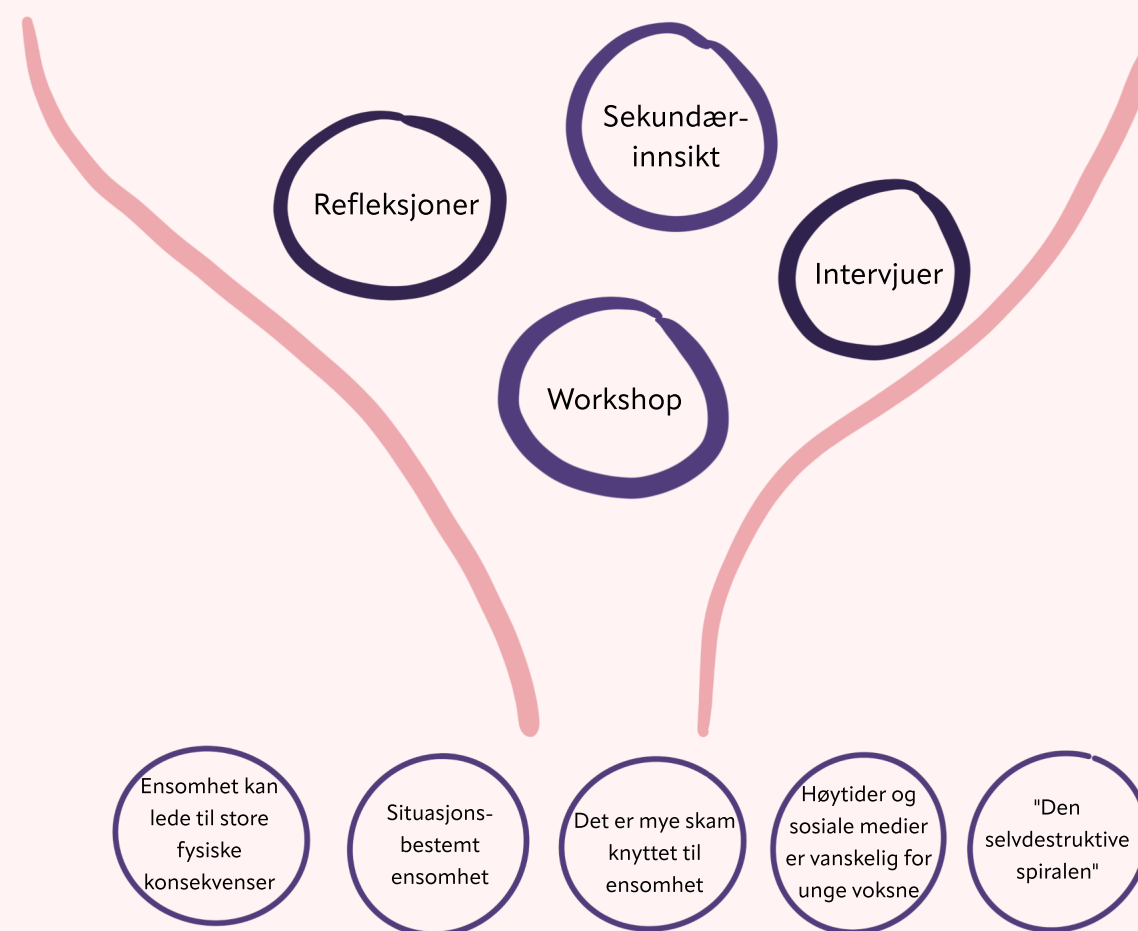
Oppsummering

I forstå-fasen har jeg hatt Oslo-Filharmonien som oppdragsgiver. Jeg startet med å gjøre mye sekundærinnsikt rundt hvem de er, hva de gjør og generelt om klassisk musikk. Primærinnsikten min ble også veldig formet av spørsmål rundt musikk i begynnelsen. Jeg hadde også møter med Oslo-Filharmonien sammen med to andre studenter i denne fasen. Gjennom disse møtene oppdaterte vi de på hvor vi var på veien og hadde mulighet for å sparre med dem. Jeg introduserte de tidlig for tanken om å koble ensomhet blant unge opp mot problemstillingen de hadde gitt.

Som man kan tolke gjennom refleksjonene i denne fasen, har den vært veldig preget av "the design squiggle", i form av at jeg var mye frem og tilbake, og det hele var et lite kaos. Jeg synes også det var vanskelig å komme seg videre fra fasen, og bestemme meg for når jeg hadde nok innsikt da jeg kunne fortsatt med det i evigheter.

Jeg tok et veivalg i denne fasen som gjorde at jeg fokuserte mye av min innsikt på ensomhet blant unge. Det var her jeg hentet mest interessant informasjon, og det var dette som engasjerte meg. Dette var etter en veiledning hvor det ble klart for meg at jeg bare skulle fokusere på innsikten min rundt ensomhet blant unge, og heller koble inn Oslo-Filharmonien i defineringsfasen eller idégenereringsfasen. Dette formet forståfasen min til det den nå er blitt, en kartlegging av informasjon rundt ensomhet blant unge voksne.

Jeg hentet mye innsikt i denne fasen gjennom dybdeintervjuer, research og workshop, og gjorde mange refleksjoner gjennom fasen som formet prosessen min. Innsikten jeg samlet inn har jeg oppsummert i noen viktige funn, som jeg visualiserer gjennom en "trakt" vist på denne siden. Disse tar jeg med meg videre fra denne fasen, og inn i neste.



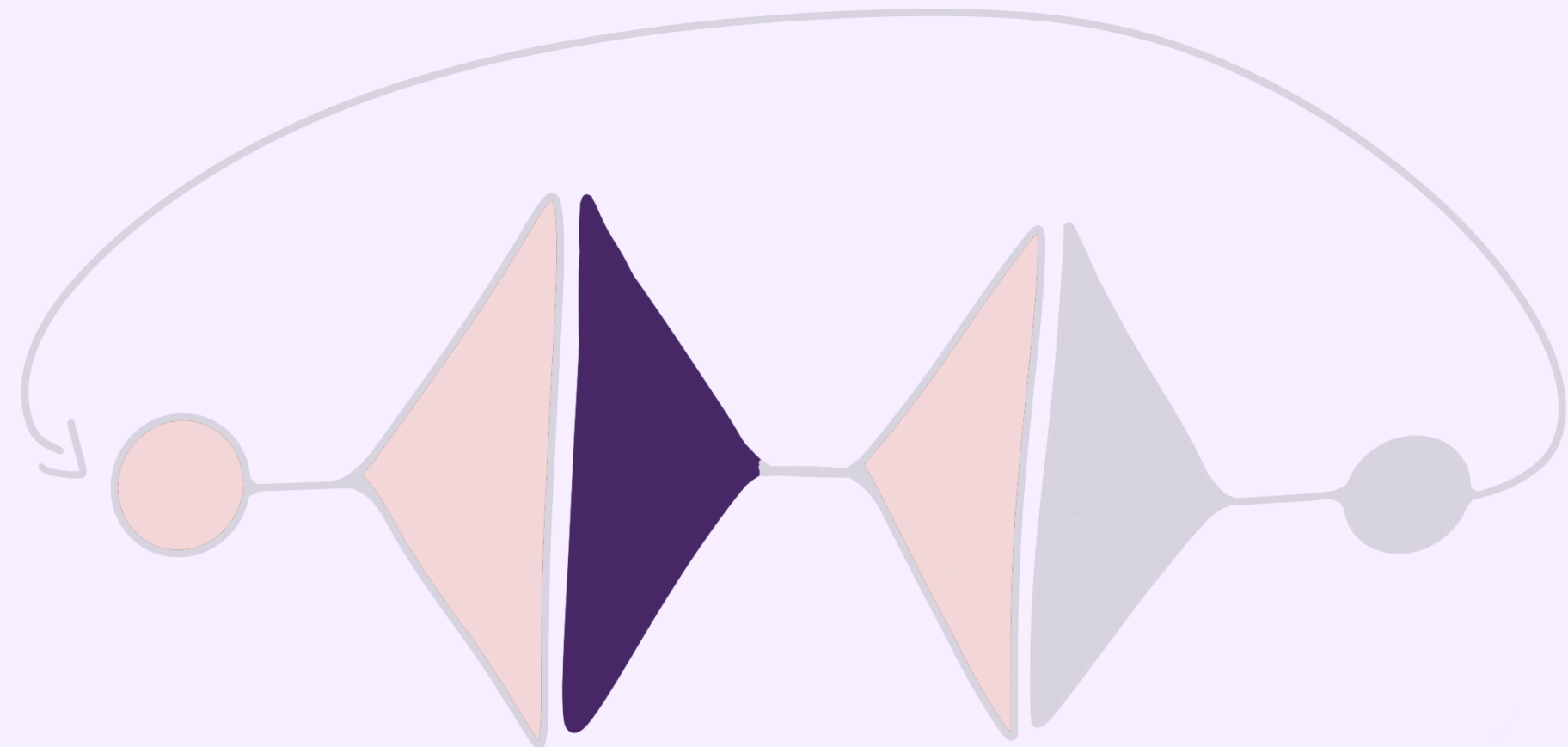
OBS:

I mappen kan man se at jeg kun viser til noe av innsikten jeg gjorde som var koblet til Oslo-Filharmonien, men langt ifra alt. Dette er fordi det meste av denne innsikten ikke lenger viser seg å være relevant for temaet oppgaven ender opp i senere. Det er likevel viktig og relevant å understreke at den innsikten også ble gjort.

Definere

Defineringsfasen handler om å se etter utfordringene og problemene som ligger bak all informasjonen og innsikten man har innhentet i innsiktsfasen. Det handler om å sortere og få oversikt over funnene, og å analysere de. Dette skal kunne lede frem til problemstillingen man skal ta med videre for å finne løsninger til. (Hvidsten, et al. 2021)

I denne fasen kommer jeg først til å presentere hvilke metoder jeg har brukt, et etisk dilemma og en redefinering av problemstilling. Jeg kommer også til å se nærmere på veivalg som ble gjort, valideringsworkshop med målgruppen, valgt fokusområde og førsteutkast til dagens brukerreise. Fasen avsluttes med 6 nøkkelfunn og en oppsummering.



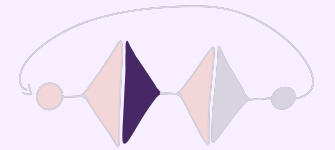
- 1 "Hvordan kan Oslo Filharmonien tiltrekke seg et yngre publikum ved å bruke musikk som et verktøy for å håndtere og dermed redusere ensomhet blant unge voksne?"
- 2 "Hvordan kan tjenstedesign brukes til å gi unge voksne en lett tilgjengelig hjelp mot den selvdestruktive spiralen skapt av ensomhet?"

Refleksjon

Ettersom at en av "reglene" i defineringsfasen er at man skal kunne legge vekk følelser litt for å kunne analysere innsikten sin (Hvidsten, et al. 2021), opplevde jeg noen ganger denne fasen noe vanskelig. Det er vanskelig å legge fra seg følelser i et så følelsesladd tema. Jeg merket at jeg ble stående litt fast fordi det var ingenting som føltes umiddelbart mer eller mindre viktig enn noe annet,

og det føltes vondt å skulle velge bort noe. Det føltes litt som at jeg sviktet de jeg måtte velge bort. Alt føltes like viktig, og jeg ville løse alt. Jeg har et sitat fra min prosessdagbok fra 08/03/2023 når jeg satt i denne fasen: *"Jeg synes det kan være litt tungt.(...) Det er ofte jeg blir ganske trist av mye av den informasjonen jeg kommer over, men det gjør jo bare temaet desto viktigere for meg."*

Jeg møtte også på et etisk dilemma i denne fasen som gjorde at jeg måtte ta et litt vanskelig valg, som jeg skriver mer om senere i denne fasen. Jeg brukte veilederen min og medstudentene mine mye i denne fasen, og pratet mye om det. Det hjalp meg til å se andre perspektiver og hjalp meg opp igjen av det hullet jeg hadde gravd meg ned og ga meg ny motivasjon.



Metoder

Nærhetsgruppering

Nærhetsgruppering er en analysemetode som brukes for å få en oversikt over innsiktsmateriale du har samlet inn i forståfasen. Det gjennomføres med bruk av post-it-lapper eller andre visuelle elementer, og kan gjøres både fysisk og digitalt. Øvelsen er god å bruke blant annet for å finne frem til nøkkelfunn (Hvidsten, et al. 2021).

I mitt tilfelle har jeg valgt å bruke denne metoden fysisk med post-it-lapper. Jeg brukt metoden for å analysere og sortere funn fra innsikten min, og for å finne valgt fokusområde.

Workshop

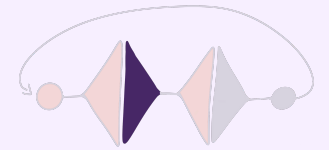
Workshops brukes ofte aktivt av tjenestedsignere for å innhente, bearbeide og forankre innsikt og/eller ideer gjennom prosjektprosessen (Hvidsten, et al. 2021). Her har jeg brukt det til validering av funn fra innsikt. Jeg hadde 6 deltakere fra målgruppen min, som ble delt opp i to grupper på 3.

Til denne workshopen skrev jeg ned noen egne lapper på forhånd med hypoteser og viktige funn fra innsikten min. På workshopen ga jeg gruppene to oppgaver å svare på.

Brukerreise

Brukerreiser er et verktøy brukt i tjenestedsignprosessen for å kartlegge og vise frem den tjenesten eller situasjonen som ellers er «usynelig». Metoden brukes for å kartlegge og vise frem en opplevelse eller tjeneste gjennom den som opplever det eller bruker tjenesten, sine øyne. Brukerreisen er ofte en mindre detaljert, og noe mer subjektiv enn en service blueprint (Hvidsten, et al. 2021).

For denne fasen i dette prosjektet har jeg laget en skisse til en brukerreise ut ifra den viktigste innsikten min og med fokus på noen av mine nøkkelfunn. Denne detaljerte jeg mer i prototype og teste-fasen.



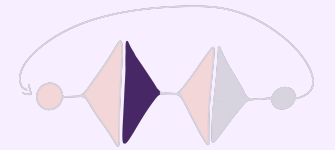
Etisk dilemma, veivalg & ny problemstilling

«Etikkens formål er å studere hvordan man bør handle, og å forstå begrepene vi bruker når vi evaluerer handlinger, personer som handler, og utfall av handlinger. Sentrale begreper om handling som etikken anvender og studerer, er riktig og galt, tillatelig og utillatelig, god og dårlig.» (Sagdahl 2023)

På grunn av sårbarheten rundt temaet og innsikten som jeg samlet inn satt jeg nå igjen med et etisk dilemma. Jeg kunne velge å gå videre slik jeg hadde planlagt med å nå trekke inn Oslo-Filharmoniens problemstilling og jobbe mot en løsning for de basert på innsikten jeg hadde gjort, eller revurdere dette og kjøre solo. Det å skulle ende opp med en kommersiell løsning for Oslo-Filharmonien basert på et såpass sårbart tema og såpass sårbar innsikt føltes veldig feil jo mer jeg reflekterte rundt det. Derfor endte jeg opp med å måtte ta et valg, og det valget baserer jeg på at det for meg personlig føltes som at jeg gikk mot mine egne verdier og at det var etisk feil av meg å koble dette tilbake til Oslo-Filharmonien.

Valget ble å gi beskjed til Oslo-Filharmonien om at det ikke lenger passet inn i bacheloren jeg ønsket å ende opp med å ta de med videre i prosessen. Fra dette sto jeg alene, men det føltes som det riktige valget. Herfra gikk jeg videre med en **redefinert problemstilling** hvor Oslo-Filharmonien ikke lenger var inkludert, og fokuset ble lagt alene på ensomhet blant unge. I problemstillingen valgte jeg å inkludere og sette fokus på den selvdestruktive spiralen fordi dette var en av nøkkelinnsiktene jeg forsto som et av de viktigste og største smertepunktet for målgruppen min.

Hvordan kan tjenstedesign brukes til å gi unge voksne en lett tilgjengelig hjelp mot den selvdestruktive spiralen skapt av ensomhet?



Workshop med målgruppen

Intro

Til denne workshopen ga jeg deltakerne 2 oppgaver. Oppgave 1 gikk ut på å svare på noen spørsmål; hva som gjør ensomhet verre, hva ensomhet kommer av og hva som er vanskelig med ensomhet for de, i tillegg til hva som er bra med ensomhet, hva som gjør det bedre og hvordan man kan unngå det. Oppgave 2 gikk ut på å diskutere lappene med gruppen sin, og sortere de som passer sammen. Disse oppgavene hadde jeg selv svart på i forkant ved hjelp av funnene mine fra forståfasen. Det jeg ønsket å få ut av det var å se om de gjentok mye av de samme svarene som jeg allerede hadde med fra innsikten.

Resultat

Resultatene fra workshopen fungerte slik jeg ønsket at de skulle fungere, ved å bekrefte mine funn. Deltakerne kom med mye av det samme som jeg hadde valgt ut fra mine allerede eksisterende funn som gjorde at vi svarte mye av det samme på spørsmålene.

Den selvdestruktive spiralen

Et av temaene som ble gjentatt mest her var den selvdestruktive spiralen, at man kan havne i en negativ spiral på grunn av ensomhet, og at denne spiralen gjør mye skade for psyken og gjør ensomheten verre enn den allerede er. En av deltakerne skrev det slik: *"Ensomhet kan komme av ekskludering, men føre til at man ekskluderer seg selv senere."*

Selvrefleksjon og egenkjærlighet

Et annet populært tema for begge grupper var selvrefleksjon og egenkjærlighet. Deltakerne mente at det krever mye selvrefleksjon og egenkjærlighet å komme seg gjennom ensomhet og unngå ensomhet. På en lapp sto det slik: *"Mer tid til å "dyrke" seg selv og være til stede. Hvem er jeg? Hvem ønsker jeg å være?"*

Tiggere og forverring

Deltakerne laget en kategori for triggere og ting som gjør ensomhet verre. Her ble det nevnt å flytte til nytt sted og nytt miljø, venner som får nye venner, høytider, avvisning, sammenligning og sosiale medier. Dette var også det samme som jeg hadde fått ut av intervjuene mine.



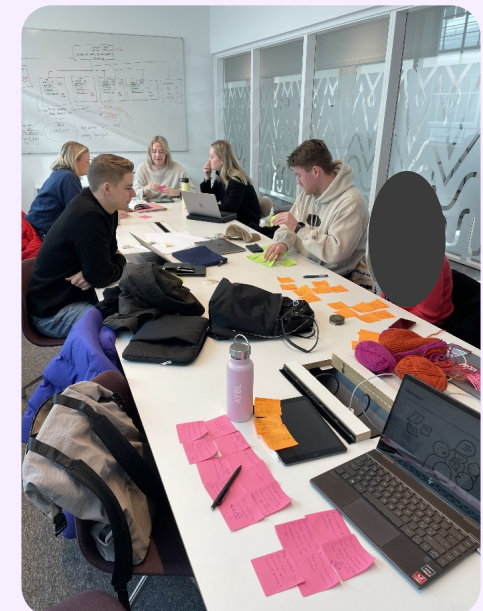
Bilde av nærhetsgruppering av Post-it-lapper fra valideringsworkshop.



Bilde av utførelse av valideringsworkshop.



Bilde av utførelse av valideringsworkshop.



Bilde av utførelse av valideringsworkshop. Godkjent av avbildede personer.

Valgt fokusområde: Situasjonsbestemt ensomhet

Tidligere i prosessen ga jeg en oversikt over de forskjellige typene ensomhet, og hva de innebar. I denne fasen ønsket jeg å snevre det inn til fokus på kun en av disse typene ensomhet, da årsakene og løsningene for de forskjellige typene kan være veldig forskjellige.

Nærhetsgruppering

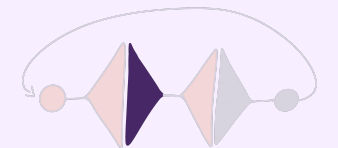
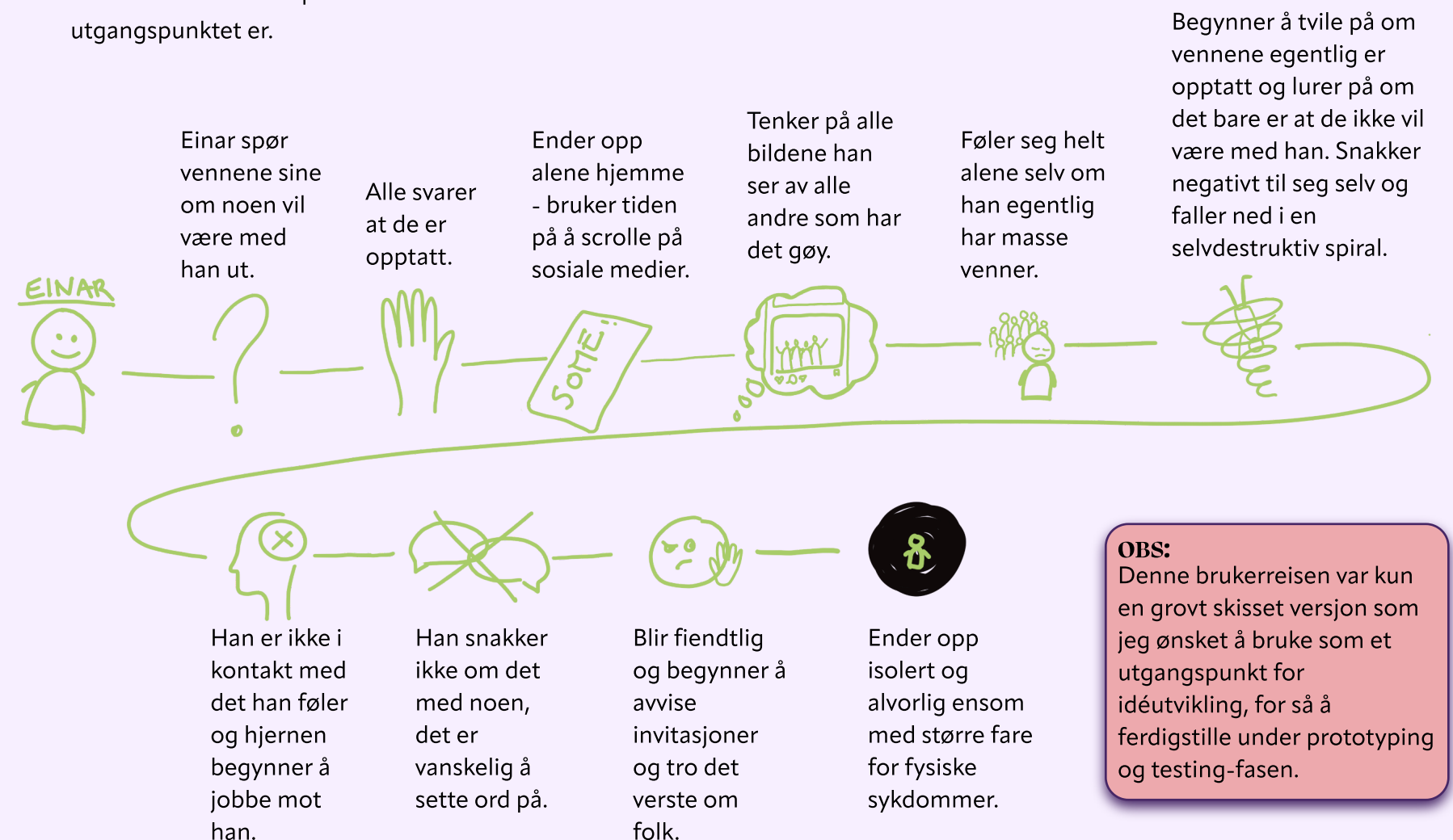
Jeg brukte nærhetsgruppering og samlet forskjellige funn jeg følte var viktige fra innsikten min på post-it lapper, og la de ut på bordet foran meg. Jeg laget en "hoved-post-it" for hver type ensomhet. Jeg flyttet på lappene med innsikt til hvilken type ensomhet de passet under. Når jeg gjorde dette fikk jeg en bedre oversikt over den innsikten jeg hadde, og klarte å analysere den. Jeg endte med å finne ut av at både resultatene fra research, funn i workshop og funn i intervju var mye knyttet til situasjonsbestemt ensomhet. På grunn av denne øvelsen endte det opp med at **typen ensomhet jeg har valgt å fokusere på er situasjonsbestemt ensomhet.**

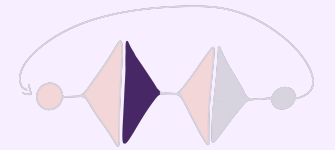
Situasjons-
bestemt
ensomhet

Dagens brukerreise - første utkast

"Einars vei fra situasjonsbestemt ensomhet til kronisk ensomhet"

I denne brukerreisen har jeg tatt utgangspunkt i hendelser, følelser og konsekvenser fortalt av noen av de unge voksne jeg har intervjuet. Det viser at man er sårbar for den selvdestruktive spiralen ved situasjonsbasert ensomhet, uansett hvor "lite" eller "stort" problemet i utgangspunktet er.





Nøkkelfunn del 1



Sosiale medier gjør ensomhet verre – spesielt i høytider og på markeringsdager.

"Jeg påvirkes jo ofte av det jeg ser på sosiale medier, spesielt hvis jeg allerede har det litt kjipt, men så kan man jo ikke akkurat hindre folk i å poste ting heller da. Så kanskje hvert individ må stykkes på en eller annen måte, jeg aner ikke hvordan, men sånn som ting er nå funker jo ikke i lengden." - Mann, 28

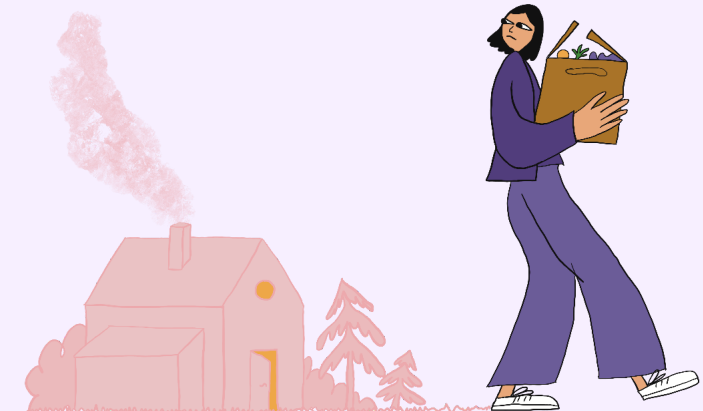
"For meg er ensomheten verst rundt høytider. (...) Da hjelper det ikke akkurat å se alle de koselige bildene som postes på Instagram og sånt. Jeg vet jo jeg ikke skal sammenligne meg med det, men det er jo litt umulig." - Mann, 21

"Noen tider på året er mye vanskeligere enn andre, høytider for eksempel. Jeg føler meg sjeldent mer ensom enn hva jeg gjør i juletider, nyttårsaften og 17.mai for eksempel." - Mann, 23



**«Ensomhetens selvdestruktive spiral»
Ensomhet gjør at man havner i en selvdestruktiv spiral hvor man gjør situasjonen verre for seg selv.**

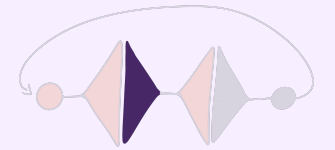
"Ofte gjør man vondt verre for seg selv i en situasjon som ensomhet, man bygger det opp i sitt eget hode og slutter å si ja og inkludere seg selv og rett og slett selvdestruerer. Og da går det jo bare i en evig negativ spiral og man ender kanskje som mye mer ensom enn man i utgangspunktet var." - Mann, 23



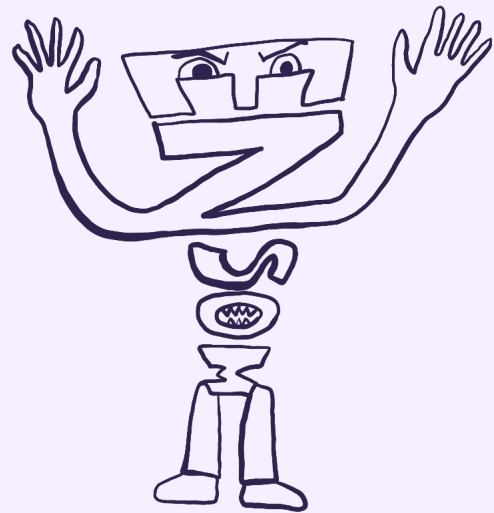
Unge voksne er i en alder med store endringer som kan skape usikkerhet og sårbarhet.

Det er i denne alderen man går inn i den livsfasen hvor man skal løsrive seg fra det trygge familielivet man er vokst opp i, og finne seg selv (Barstad 2021).

"Tror det er et veldig stort problem for folk fra rundt 17 til 30. Fordi da begynner man å bli voksen, det er den unge voksen alderen, man utvikler seg masse og skal gjøre masse feil, også er det masse man ikke får til, som er ting som er helt naturlig at man ikke får til fordi man er ikke god på voksenlivet, det er ingen som er det. Også blir man usikker og tror man er den eneste som ikke får til voksenlivet og denne fasen i livet." - Mann, 28



Nøkkelfunn del 2



Ordet ensom er assosiert med noe stort og skummelt og gjør det vanskelig å innrømme både overfor en selv og andre at man føler på det.

"Man er kanskje redd for å bruke ordet (ensom) fordi det virker så alvorlig" - Mann, 20



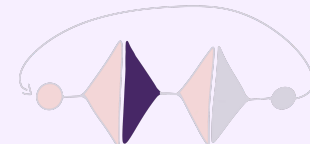
Selvrefleksjon og egenkjærlighet oppfattes som viktig for å håndtere eller unngå å forverre ensomhet.

(Hva hjelper mot ensomhet?) "Selvarbeid og selvinnsikt. Ensomhet gjør at man kan oppføre seg irrasjonelt og destruktivt. Du gjør deg selv mer ensom i ensomheten ved å slutte å ta initiativ og slutte å si ja og slutte å bry deg. Da tror jeg det hjelper å ha jobbet med seg selv." - Mann, 23



Lyder kan vekke følelser, og kan gjøre at man føler seg mindre ensom.

"Det virker som at preferansen for høyere lyder ikke bare har å gjøre med at man ønsker mer sanselig glede, men også et behov for sosial kontakt" (Sundquist 2021)

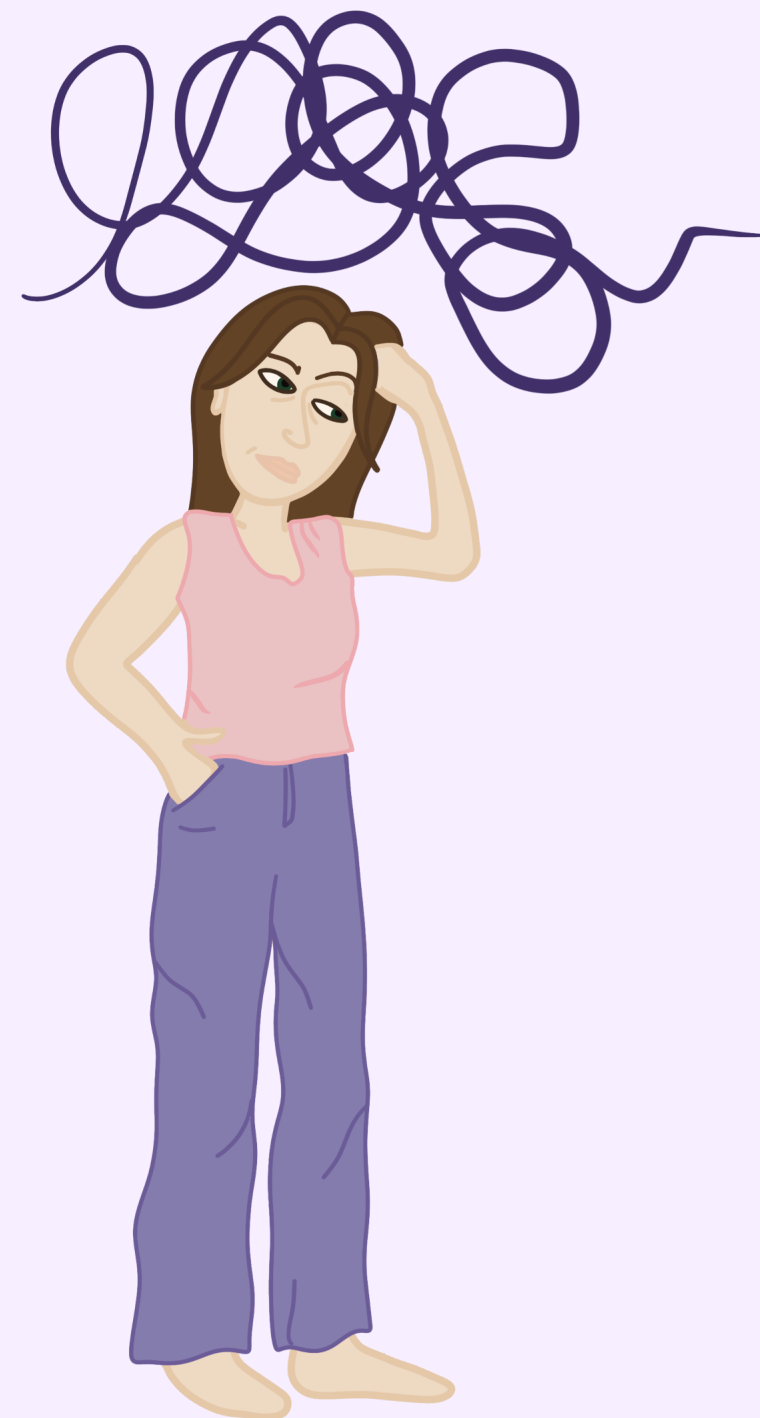


Oppsummering

Denne fasen var preget av litt kaos og forvirring. Når jeg først gikk inn i denne fasen hadde jeg fortsatt planer om å koble innsikten min rundt ensomhet opp mot Oslo-Filharmonien. Planen var å finne ut om Oslo-Filharmonien på noen måte kunne tilby noe som kunne hjelpe på ensomhet blant unge voksne. Dette hadde jeg kanskje fått til om jeg ønsket det, men det var nettopp dette jeg endte opp med å stille spørsmål ved om jeg faktisk ønsket. Her endte jeg med å måtte ta et veldig avgjørende veivalg for oppgaven min. Jeg kunne enten velge å gå videre med å finne en løsning for Oslo-Filharmonien eller jeg kunne gå videre med å finne en løsning for ensomhet blant unge voksne.

Jeg valgte å ikke lenger ha Oslo-Filharmonien som oppdragsgiver. Dette valget gjorde jeg på grunnlag av et etisk dilemma hvor jeg konkluderte med at det ikke føltes riktig å skulle «selge ut» all denne sårbare innsikten rundt ensomhet til en løsning for Oslo-Filharmonien. Det føltes mye mer riktig for meg og mine verdier å gå videre med fullt fokus på ensomhet blant unge, og finne en løsning sammen med målgruppen som ikke var strengt knyttet opp mot noen oppdragsgiver. Det ga meg kanskje mindre tydelige rammer, noe jeg ikke nødvendigvis gledet meg veldig over, men det ga meg også friere tøyler og større mulighet for å gjøre noe målgruppen min ønsket seg. Etter å ha tatt dette valget følte jeg meg veldig lettet, det føltes som det riktige valget.

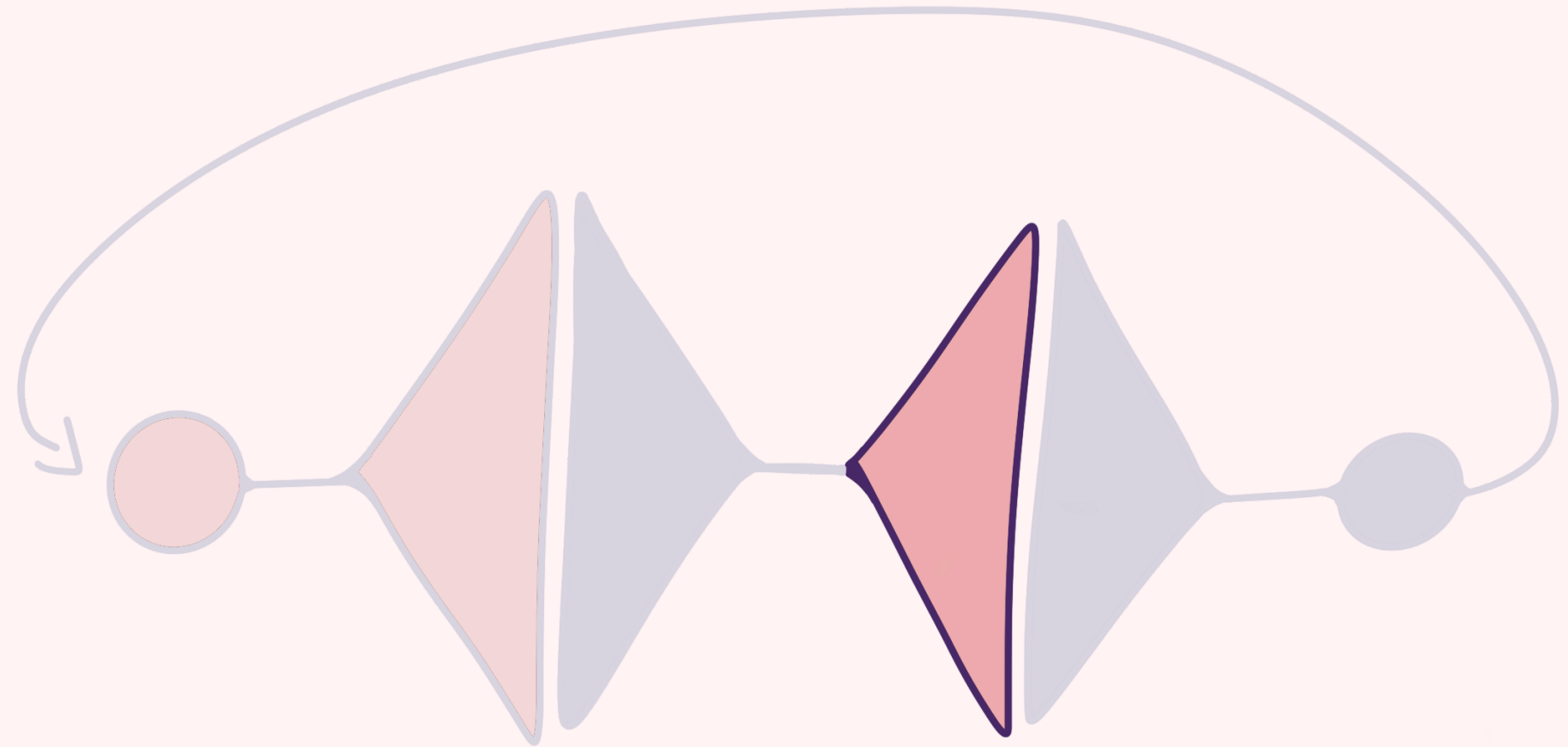
Det jeg tar med videre fra denne fasen til neste er den innsnevrede innsikten min rundt ensomhet blant unge, og jeg la fra meg innsikten min rundt Oslo-Filharmonien. Fokuset mitt i denne fasen ble å definere problemet og behovene for målgruppen min. Dette har jeg gjort gjennom et førsteutkast til en brukerreise som var basert på historier fra intervjuer og noe sekundærinnsikt, og gjennom nøkkelfunn som ble valgt ut basert på hva som hadde gått igjen mest og hva som vakte mest oppsikt fra intervjuer, sekundærinnsikt og workshop. Jeg har i denne fasen også snevret inn typen ensomhet jeg ønsker å fokusere på, nemlig situasjonsbestemt ensomhet.



Idéutvikling

Jeg går videre til neste fase og tar med meg innsikten inn i idéutviklingsfasen. I denne fasen kan man slippe kreativiteten løs, og en vanlig tanke i denne fasen er at man skal "tenke utenfor boksen". Det skal genereres ideer som er nye og nyttige for problemet eller temaet. Fasen har mange ulike metoder man kan ta i bruk til hjelp. En slik kreativ fase krever at man blant annet er nysgjerrig, fantasifull, utholdende og samtidig disiplinert. Selv om fasen handler mye om kreativitet og å tenke utenfor boksen, er en god forståelse av problemet like viktig for å kunne utvikle en treffsikker og god løsning (Hvidsten, et al. 2021).

I denne fasen kommer jeg til å starte med hvilke metoder jeg har benyttet i fasen, før jeg går videre til forklaring av endelig problemstilling. Etter dette vil jeg vise utdrag fra idéutviklingsworkshop med målgruppen, for så å snakke om brainstorming gjort i form av tankekart. Jeg avslutter fasen med 10 utvalgte ideer, en avstemning og oppsummering av fasen.



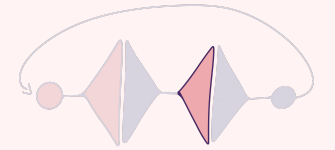
- 1 "Hvordan kan Oslo Filharmonien tiltrekke seg et yngre publikum ved å bruke musikk som et verktøy for å håndtere og dermed redusere ensomhet blant unge voksne?"
- 2 "Hvordan kan tjenstedesign brukes til å gi unge voksne en lett tilgjengelig hjelp mot den selvdestruktive spiralen skapt av ensomhet?"
- 3 "Hvordan kan vi unngå at situasjonsbestemt ensomhet blant unge voksne forsterkes, og dermed potensielt også gjøre det mindre sannsynlig at de havner i en selvdestruktiv spiral?"

Refleksjon

Denne fasen hadde jeg gledet meg mye til. Jeg hadde som skrevet tidligere, slitt litt med tyngden av temaet gjennom forstå- og defineringsfasen, og jeg gledet meg til å slippe løs kreativiteten litt og forhåpentligvis få noe gøy og bra ut av all den tunge innsikten. Jeg var også veldig lettet på dette punktet over å ha tatt valget om å gå videre uten en oppdragsgiver, da det føltes som riktig valg.

I prosessdagboken min skrev jeg blant annet følgende når jeg skulle inn i denne fasen: *"Jeg tror endelig jeg er klar for å gå videre til idéfasen, og selv om jeg er litt stresset og føler at jeg kunne funnet enda mer innsikt, så føles det også rett å stoppe nå. Jeg har nok. Og jeg har allerede masse ideer parkert, så jeg gleder meg til å komme ordentlig i gang med dette."*

Etter å ha gjort et tydelig veivalg i defineringsfasen bød ikke idéutviklingsfasen på like mange og store forvirringer og veivalg som de to første fasene. Denne fasen inkluderer også derfor kun elementer fra temaet ensomhet blant unge.



Metoder

Workshop

Workshops brukes ofte aktivt av tjenestedesignere for å innhente, bearbeide og forankre innsikt og/eller ideer gjennom prosjektprosessen(Hvidsten, et al. 2021). Til denne workshopen hadde jeg 4 deltakere i alderen 22 til 26 år.

I denne fasen har jeg brukt workshop til idéutvikling av løsninger basert på funn i innsikten min. Metoder jeg har tatt med inn i denne workshopen er **HMW-spørsmål, Future-State Journey Mapping og 10 plus 10**.

Brainstorming -

Tankekart

Tankekart eller mindmapping er en brainstorming-metode som ble utviklet av Tony Buzan i 1977. Metoden kan brukes både individuelt og i grupper. I mitt prosjekt har jeg brukt metoden alene. I metoden lager man et "assosiasjonstre" som man lager ulike assosiasjoner i forgreninger ut ifra. Målet med et tankekart er at flest mulig asossiasjoner skal bli skrevet eller tegnet ned på papiret. Tankekartet kan åpne for muligheten til å finne nye koblinger og lede til kreativ tenkning (Lerdahl 2015).

Jeg har brukt tankekart for å få til en ukritisk brainstorming av mange ulike ideer.

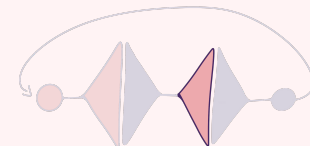
Avstemning

Avstemning er en metode som kan være nyttig flere steder i en tjenstedesignprosess. Metoden kan gjennomføres på mange forskjellige måter, og kan utføres med eller uten tilleggskommentarer fra de som stemmer. Dette bidrar til at de som for eksempel ikke er komfortable med å snakke høyt i forsamlinger, også får si sin mening og bidra til prosjektet(Hvidsten, et al. 2021).

I denne fasen har jeg brukt avstemninger som metode for å finne ut hvilke ideer som skal tas videre med i idéutviklingsfasen, og etter hvert videre til prototyping og testing.

Skisser

Skisser er en metode brukt for å illustrere ideer på en rask, effektiv og fleksibel måte. I tillegg er det billig og lett å gjøre endringer på. Skisser brukes til rask testing av ideer på relevante personer og er enkle å endre på etter tilbakemeldinger. De er det som kalles low-fidelity. Skisser kan gjøres med penn og papir eller digitale verktøy som for eksempel iPad eller lignende (Stickdorn, et al. 2018). I mitt tilfelle har jeg brukt både skisser for hånd og digitale skisser.



Endelig problemstilling

Ny problemstilling

Før jeg gikk videre til idégenerering og valg av 10 ideer, ønsket jeg å formulere en ny og mer presis problemstilling. Grunnen for dette var at jeg ønsket å gjøre det enklere for meg selv å velge ut de 10 ideene til ideporteføljen, og forklare bakgrunnen for de 10 ideene når jeg skulle få målgruppen til å stemme på hvilke ideer de likte best. Dette følte jeg ikke den problemstillingen jeg hadde hatt med til nå, gjorde.

Den nye problemstillingen er ganske lik den gamle da den enda handler om den selvdestruktive spiralen, men jeg ville også tydeliggjøre mer hvilken type ensomhet det er fokus på, nemlig situasjonsbestemt ensomhet. Jeg brukte noen forsøk på å formulere denne problemstillingen rett. Først formulerte jeg spørsmålet til hvordan vi kan lette på situasjonsbestemt ensomhet for å unngå den selvdestruktive spiralen, og selv om det var på vei mot å bli riktig var det likevel ikke helt riktig. For det første kan jeg ikke garantere med noen løsning at jeg klarer å unngå at noen havner i en selvdestruktiv spiral, så å formulere det slik blir uansett feil.

Det jeg ønsker å finne svar på er hvordan å unngå at situasjonsbestemt ensomhet blant unge forsterkes for å potensielt gjøre det mindre sannsynlig at de havner i en selvdestruktiv spiral. Det er likt, men likevel en forskjell jeg mener gjør problemstillingen min mye tydeligere og riktigere formulert i forhold til hva det er jeg løser. På bakgrunn av dette ble problemstillingen min omgjort til:

Hvordan kan vi unngå at situasjonsbestemt ensomhet blant unge voksne forsterkes, og dermed potensielt også gjøre det mindre sannsynlig at de havner i en selvdestruktiv spiral?

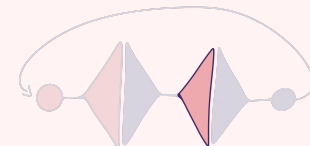
34

Refleksjon

Jeg ønsker å igjen påpeke at jeg er ikke i stand til å få ensomhet blant unge til å forsvinne totalt. Jeg har derfor måttet snevre temaet inn veldig mye. Jeg har valgt et spesifikt smertepunkt innenfor situasjonsbestemt ensomhet som handler om hvordan sosiale medier forverrer eller forårsaker en følelse av ensomhet

for unge voksne, spesielt rundt høytider og markeringsdager. Dette er basert på nøkkelfunnene mine. Jeg vil likevel presisere at dette ikke betyr at jeg mener andre former for ensomhet er mindre viktig å løse, men dette var det som var vanskeligst med problemet for

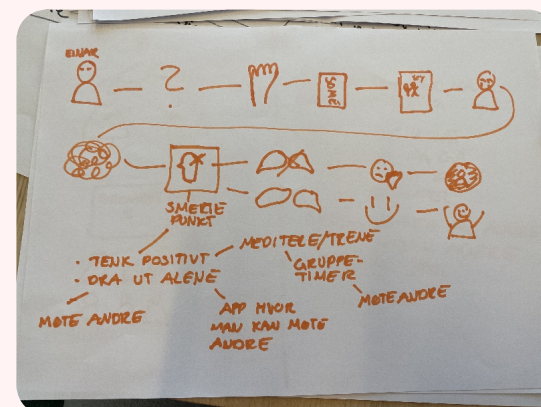
min målgruppe. Jeg tenker at ved å løse noe for de som har det vanskeligst, kan det forhåpentligvis bety en start på å løse problemet for alle. Det er en veldig liten del av et stort og omfattende problem, men det er en start.



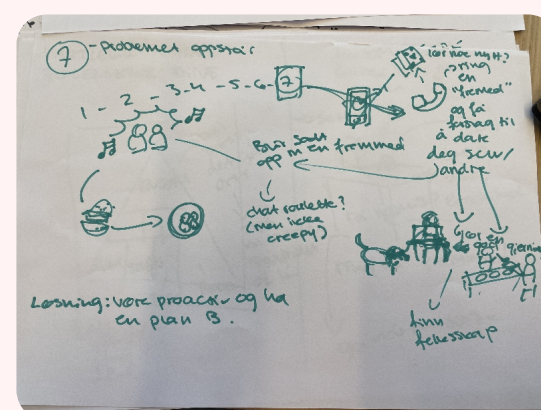
Workshop med målgruppen

Future Journey mapping

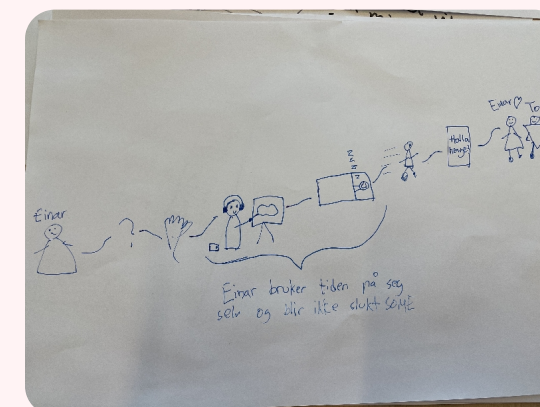
Deltakerne fikk som første oppgave å lage en fremtidsbrukerreise etter å ha sett dagens brukerreise, som presentert i defineringsfasen. Denne metoden kan brukes for å finne løsninger for brukerens problem ved å legge til, fjerne og/eller bytte ut elementer fra dagens brukerreise. Det er en fin måte å finne det målgruppen anser selv som smertepunkter og hva de selv velger å gjøre for å løse disse. Dette kan generere flere små og store ideer som videre kan itereres på og eventuelt prototypes (Stickdorn, et al. 2018).



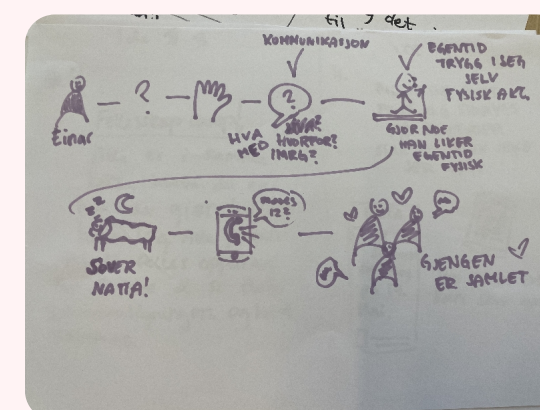
Deltaker 1 lagde en fremtidsbrukerreise hvor hen markerte punktet hvor hjernen begynner å jobbe mot Einar. For å "fikse" på dette la hen til punkter som "tenk positivt" ved hjelp av meditasjon eller gruppetimer og "dra ut alene", hvor hen la til en app hvor man kan møte andre som også drar ut alene.



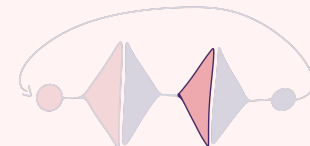
Deltaker 3 markerte punktet med den selvdestruktive spiralen som smertepunktet. Hen endrer på steg etter dette punktet til at Einar ikke sjekker sosiale medier, men bruker tiden på å lære noe nytt, date seg selv, bli kjent med en fremmed eller gjør en god gjerning. Dette ender med at Einar både kjenner på mestringsfølelse og får en ny venn/bekjent. Løsningen til deltaker 3 er beskrevet som "å være proaktiv og ha en plan b."



Deltaker 2 endret steget hvor Einar sjekker sosiale medier til at Einar bruker tid på seg selv og noe han liker å gjøre, eksempelet brukt er å høre på musikk og male. Det gjorde at Einar senere også ikke tenkte over avvisningen og klarte å spørre en venn på nytt en annen dag.



Deltaker 4 la til et nytt steg etter avvisningen, kommunikasjon. Ved å kommunisere bedre under smertepunktet ender Einar opp med å ikke føle seg like alene, og dermed ikke ensom. Det fører til at han heller finner på andre ting som er godt for han og som kan bygge trygghet i han selv. Litt sånn som deltaker 2, ender reisen med at han tar initiativ en annen dag, og da er ikke folk opptatte.



Workshop med målgruppen

HMW?

Med meg inn i denne workshopen hadde jeg noen How might we-spørsmål jeg laget ut ifra nøkkelinnsiktene mine. Et HMW-spørsmål går ut på å omformulere funn fra innsikten til positivt ladde problemstillinger man kan svare på i en idéutvikling (Hvidsten, et al. 2021).

Hvordan kan vi unngå at unge voksne sammenligner seg selv med andre på en usunn måte?

Hvordan kan vi gi unge voksne et bedre forhold til seg selv?

Hvordan kan vi gi unge voksne et bedre forhold til vanskelige følelser?

Hvordan kan vi bedre kommunikasjonen rundt ensomhet slik at man ikke lenger assosierer ordet "ensom" med noe skummelt og alvorlig, og lettere kan prate om det?

10 plus 10

HMW-spørsmålene mine ble brukt som utgangspunkt for utførelsen av idéutviklingsmetoden 10 plus 10. Denne metoden går ut på at deltakerne skal, ut ifra et felles startpunkt, raskt skisse så mange ideer de klarer hver innen en gitt, forholdsvis kort, tid. Den første runden med skisser skal så deles med de andre i gruppen, og sammen skal de velge én skisse å gå videre med. Denne ene skissen skal de nå bruke som et utgangspunkt for å sammen lage så mange nye skisser de klarer igjen. Metoden er god for å generere en bred variasjon av ideer som både er lite detaljerte og godt detaljerte (Stickdorn, et al. 2018).

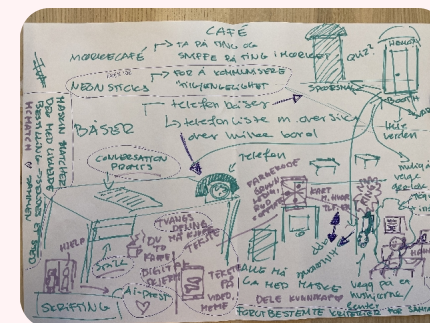


Bilde fra utførelse av idéutviklingsworkshop.

10 plus 10 utbrodert idé

Jeg lot for det meste deltakerne i workshopen styre hvordan de ønsket å angripe oppgavene. Dette gjorde blant annet at runde 2 i 10 plus 10 metoden, hvor de skulle utbrodere en av de første ideene, ble til et stort A3 ark med mange versjoner av første idé, som et stort brainstorming-kart vist nedenfor.

"Ensomhetskafé" ble til telefonbåser hvor man kunne ringe til andre som også ønsket noen å prate med, til kun en veggtelefon rundt om i byen med tilhørende tips til samtaleemner, som videre igjen ble til en skrifteboks med en AI-prest.



Bilde av resultat fra runde 2 i 10 plus 10.

Resultat

Denne workshopen bidro til flere nye ideer, god inspirasjon, og gode perspektiver. Ideene jeg tok med meg videre ble lagt inn i et idétankekart som blir presentert på neste side.

Refleksjon

I etterkant av workshopen ser jeg at jeg kanskje burde ha bestemt meg for ett eller maks to HMW-spørsmål for å få litt mer samkjørte ideer. Likevel var fordelen med å ha flere at jeg fikk et bredt utvalgt av ideer. Jeg likte veldig godt å holde denne workshopen. Den ga meg mye inspirasjon da vi kom inn på mange forskjellige

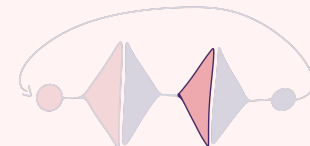
temaer innenfor ensomhet og ga meg nye perspektiver på ting jeg allerede trodde jeg visste. Det utfordret noen av mine bias, samtidig som det også validerte noen av de, og det var veldig spennende. Noe annet jeg bet meg merke i ved denne workshopen var hvor gøy og hyggelig den ble til tross for

temaet som i utgangspunktet ikke er noen av de delene. Det var veldig lettende da jeg også hadde gruet meg litt til hvor bra det kom til å gå å ha en kreativ og gøy prosess med et tungt og vondt tema.



Ideene som ble skrevet ned i tankekartet var varianter av ideer jeg har hatt i en "idéparkering" nesten helt fra begynnelsen, flere fra idéworkshop og flere fra ting jeg hadde plukket opp underveis i prosessen. I tillegg til ideer jeg fikk ut fra tankekartet selv.

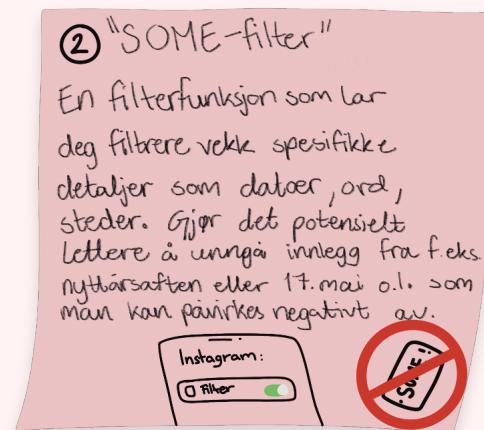
37



Idéportefølje med 10 ideer del 1



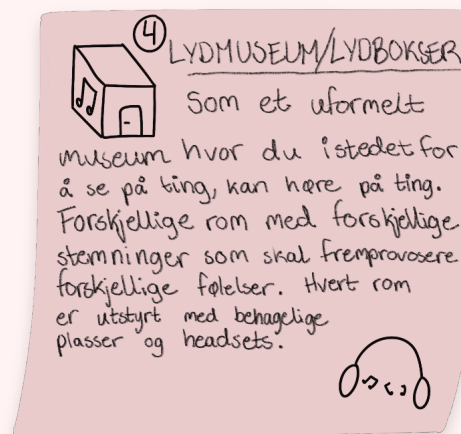
Denne idéen er hentet fra idétankekartet vist på forrige side, og er laget med utgangspunkt i nøkkelfunnet "Selvrefleksjon og egenkjærlighet oppfattes som viktig for å håndtere eller unngå å forverre ensomhet."



Denne idéen er også hentet fra idétankekartet vist på forrige side, men med en vri fra workshopen hvor en av deltakerne også kom med en slik idé. Den er laget med utgangspunkt i nøkkelfunnet "Sosiale medier gjør ensomhet verre – spesielt i høytider og på markeringsdager."



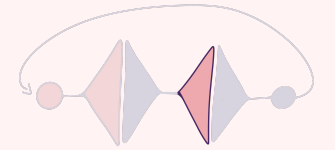
Denne idéen er hentet fra workshopen. Den er basert på den utbroderte ideen fra øvelsen 10 plus 10. Den er laget med utgangspunkt i HMW-spørsmålet "Hvordan kan vi bedre kommunikasjonen rundt ensomhet slik at man ikke lenger assosierer ordet "ensom" med noe skummelt og alvorlig, og lettere kan prate om det?"



Denne idéen er laget med inspirasjon fra en parkert idé jeg hadde til samarbeidet med Oslo-Filharmonien. Den er basert på nøkkelfunnet "Lyder kan vekke følelser, og kan gjøre at man føler seg mindre ensom."



Denne idéen er laget med inspirasjon fra en av idéene som ble skissert under øvelsen 10 plus 10 i workshopen. Denne idéen er også basert på dagens brukerreise, og var ment som en hjelp for Einar når han ikke har noen å dra ut med, da han kan dra til et slikt sted og likevel møte noen, uten at det direkte assosieres med ensomhet.



Idéportefølje med 10 ideer del 2

⑥ "Self love camp"

en SOME-fri camp ment for å bli bedre kjent med og tryggere på deg selv. Inneholder forskjellige aktiviteter man kan prøve ut for å finne det som passer deg best + mindfulness kurs



Denne idéen er hentet fra idétankekartet, og tar utgangspunkt i nøkkelfunnet som handler om egenkjærlighet og selvrefleksjon, og nøkkelfunnet som handler om sosiale mediers negative påvirkning.

⑧ "Jeg ønsker kontakt"

En fysisk ting som kan vise andre at du er en man kan komme bort til og prate med. Kan justeres ut ifra nivåer og/eller endres på utover dagen:

- approach with ease
- approach
- not right now

Kan f.eks. bli utdelt i fadderuken, på kafeer, barer, arrangementer o.l.

Denne idéen er hentet fra idétankekartet og noe inspirasjon fra workshop, og er basert på nøkkelfunnet "Ordet ensom er assosiert med noe stort og skummelt og gjør det vanskelig å innrømme både overfor en selv og andre at man føler på det."

⑩ "Kortstakk"

Kort som har sitater, utfordringer, tankevekkere, fakta o.l. på seg. De kan brukes alene for å for eksempel komme seg ut når man er et nytt sted eller om man vil ha annet å tenke på f.eks. Kan deles videre og bli en potensiell trend som har litt samme effekt som holdningskampanje.



Denne idéen er hentet fra idétankekartet, og er laget med inspirasjon fra funn om sosiale medier, sammenligning, egenkjærlighet og kommunikasjon.

⑦ "Snakke om det-simulator"

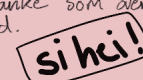
En fysisk simulator hvor du skal øve deg på å snakke om vanskelige ting, og hvor du kan øve på å prate med fremmede. Samle poeng etter hvert som du blir bedre.



Denne idéen er hentet fra idétankekartet, og er blant annet basert på nøkkelfunnet "Ordet ensom er assosiert med noe stort og skummelt og gjør det vanskelig å innrømme både overfor en selv og andre at man føler på det."

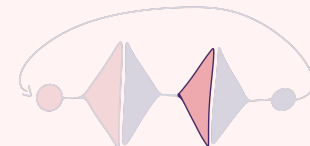
⑨ Holdningskampanje

Simuleringer av hvordan du kan gjøre noens dag og din egen dag bedre med enkle grep som å smile og si hei. Skal vekke tanker rundt egne oppfatninger og egen oppførsel. Skal sette ting i perspektiv og skape en "hva om?"-tanke som over lengre tid vil endre atferd.



Denne idéen er hentet fra idétankekartet, og baserer seg blant annet på HMW-spørsmålet "Hvordan kan vi bedre kommunikasjonen rundt ensomhet slik at man ikke lenger assosierer ordet "ensom" med noe skummelt og alvorlig, og lettere kan prate om det?"

OBS:
Selv om de ulike idéene er inspirert av og basert på ulike funn, har alle de 10 idéene til felles at de har som mål å unngå at unge voksne som opplever situasjonsbestemt ensomhet ender opp i en selvdestruktiv spiral.



Avstemning med målgruppen

Gjennomføring

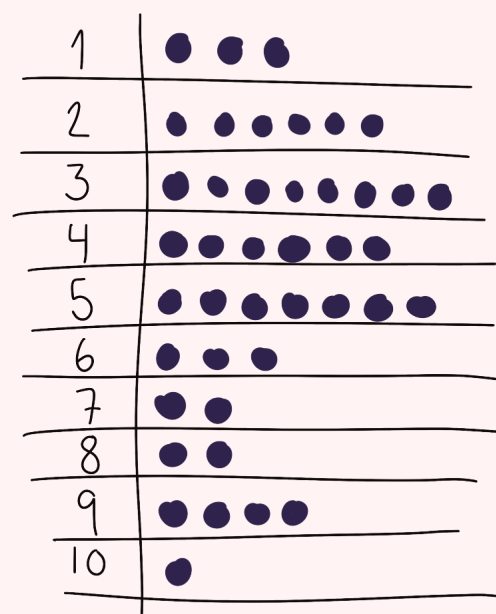
For å velge hvilke av de 10 idéene fra idéporteføljen jeg skulle gå videre med, ønsket jeg å inkludere målgruppen igjen. Jeg brukte Post-it-lappene med idéene og presenterte de for 11 personer fra min målgruppe. Jeg ga de også problemstillingen min slik at de kunne se hva ideene skulle være med å løse. Jeg ga hver person mulighet til å stemme på maks 4 idéer hver. Alle idéene hadde hvert sitt nummer, og jeg ba respondentene om å gi meg nummeret på idéene de stemte på. Jeg førte stemmene inn i et skjema hvor 1 prikk representerte 1 stemme. Jeg utførte avstemningen fysisk med noen og over meldinger med andre. Fra noen av respondentene fikk jeg også tilbakemeldinger på dere tanker rundt idéene.

Jeg valgte å gjennomføre en slik avstemning for å kunne unngå at egne bias formet prosessen. Jeg ville unngå at idéene som ble valgt med videre ikke kun var basert på hva som var mine egne favoritter, men hva som målgruppen min faktisk ønsket seg og tenkte kunne fungere for de.

Refleksjon

Når jeg utførte denne avstemningen ble jeg faktisk ganske overrasket. Jeg hadde ikke trodd at de som fikk flest stemmer var de som skulle få det. Disse idéene var på dette punktet ikke mine egne favoritter, og jeg må innrømme at jeg på et punkt følte meg litt skuffet. Det beviser likevel at jeg gjorde lurt i å legge

Resultat



"Når jeg sitter hjemme som jeg gjorde i dag og har ingen å være med fordi alle er opptatte, så kjenner jeg sånn "ah shit livet er kjipt og litt ensomt" og så scroller jeg jo på Instagram da, og ser alle som er ute med venner i sola på tur og i park og så videre, så blir det så mye verre. Så en sånn filterfunksjon (SOME-filter) hadde jeg hatt skikkelig godt av." - Kvinne, 24 en solfylt vårdag i mars.

"Jeg likte 1, 6 og 8 fordi de er lavterskel og enkle + at jeg tenker de har god effekt." - Mann 23

"Jeg er veldig fan av SOME-filteret fordi man tenker ikke nødvendigvis så mye over de vonde følelsene før man ser bilder på Instagram for eksempel, og så blir du bare sånn "Faen."." - Kvinne, 25

"3, 4 og 5 liker jeg best. De er originale og unike, og er noe jeg selv kunne brukt." - Mann, 28

"Jeg syntes den MealMatchMaker var veldig gøy, føler det kanskje allerede eksisterer, men hvis ikke så trenger verden det!" - Kvinne, 26

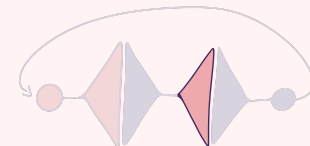
"Jeg liker konseptet med self-love-camp, men i stedet for at det er en camp som kanskje blir et engangstilfelle, kunne det vært noe som varte over tid? Som en fritids-aktivitet man melder seg på om du skjønner. Jeg liker hvert fall ting som varer sånn at man kommer seg litt ordentlig inn i det." - Kvinne, 24

"Nr. 6 og nr. 7 likte jeg veldig godt. Hadde hatt godt av en sånn prøve-simulator selv!" - Kvinne, 26

avstemningen i hendene på målgruppen min, da det tross alt er de jeg skal finne en løsning for!

Selv om jeg ikke hadde disse idéene som favoritter til dette punktet selv, ble jeg så mye mer glad i de etter å ha presentert de for andre og hørt deres synspunkter på de.

Å sette idéene litt i perspektiv og få kommentarer på de fra målgruppen hjalp meg masse. Både til videre iterering av idéene og til selvtiliten min.



Oppsummering

Idéutviklingsfasen var mye mindre preget av kaos og forvirring enn tidligere faser, etter å ha tatt et tydelig veivalg i defineringsfasen. I denne fasen har jeg fått bruke min kreativitet til å utvikle ideer ut ifra innsikten min, og fått låne kreativiteten til andre personer fra målgruppen til utvikling av ideer.

Det som har vært viktig for meg gjennom denne fasen er å sette brukeren i sentrum. Jeg har gjort mye egen idémyldring, men jeg har hele tiden koblet inn noen fra målgruppen gjennom workshops, avstemninger og tilbakemeldinger underveis.

For å komme opp med ideer har jeg brukt ulike metoder; tankekart, hmw-spørsmål, 10 plus 10, future state journey mapping, brukerreise og avstemningsmetoder. Jeg jobbet tett med målgruppen gjennom hele denne fasen. Når jeg ikke hadde workshop eller avstemninger planlagt, spurte jeg ofte om tilbakemeldinger fra ulike mennesker fra målgruppen enten det var til folk jeg fant på campus eller om det var venner, familie og medstudenter.

De 10 ideene som ble valgt ut til idéporteføljen svarer alle på problemstillingen *"Hvordan kan vi unngå at situasjonsbestemt ensomhet blant unge voksne forsterkes, og dermed potensielt også gjøre det mindre sannsynlig at de havner i en selvdestruktiv spiral?"*.

I slutten av denne fasen utførte jeg en avstemning med målgruppen for å velge ut 3 ideer å prototype videre. Dette ble til 4 ideer da to av de fikk like mange stemmer. Det jeg tar med meg videre fra denne fasen inn i den neste er perspektiver jeg fikk fra workshop og de 4 utvalgte ideene og tilbakemeldingene på disse.

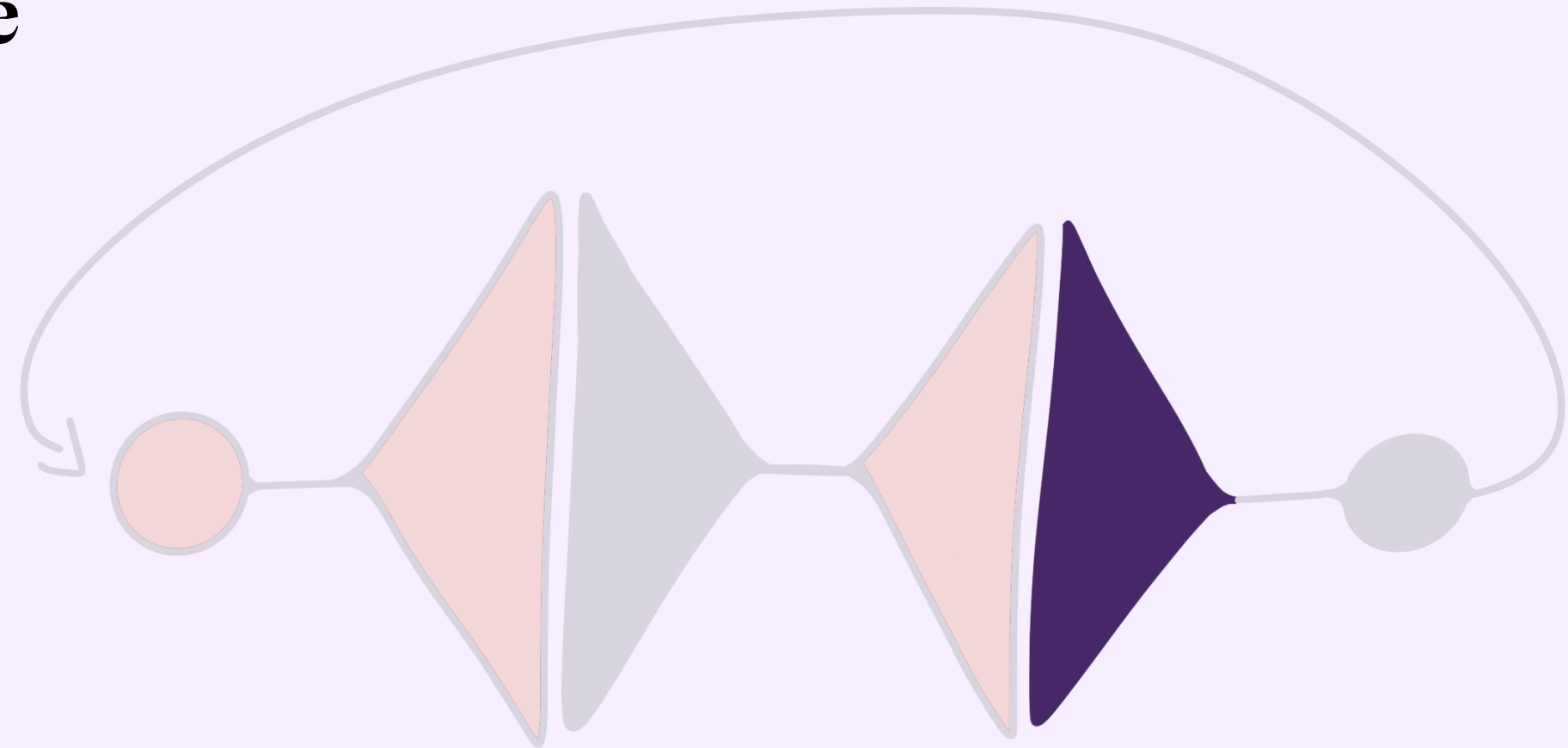


Prototype og teste

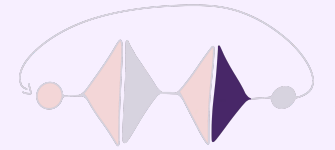
I denne fasen skal man gjøre tankene og idéene fra hele prosessen om til noe mer håndfast ved hjelp av prototyping og testing. Uten prototyper er idéene bare nettopp det, idéer. For at det skal kunne komme til live og gjennomføres krever det at en tjenstedesigner også kan prototype idéene slik at de kan testes av relevante personer for prosjektet. En prototype kan være så enkel som en skisse av idéen (Hvidsten, et al. 2021).

"Hovedpoenget med prototyping er å la brukere i målgruppen få erfare og teste de ideene du har kommet opp med så langt." (Hvidsten, et al. 2021).

I denne fasen kommer jeg til å presentere hvilke metoder som er blitt brukt, før jeg går videre til prototyping av de 4 valgte ideene fra forrige fase. Jeg kommer til å gå gjennom avstemning av de 4 ideene, en prioriteringsmatrise med de 4 ideene og hvilken av disse som blir valgt idé og hvorfor. Den endelige dagens brukerreise og fremtidens brukerreise vil bli vist i form av storyboard. Jeg kommer også til å gå gjennom utforming, forklaring og prototyping av endelig løsning. Til slutt vil jeg oppsummere fasen.



- 1 "Hvordan kan Oslo Filharmonien tiltrekke seg et yngre publikum ved å bruke musikk som et verktøy for å håndtere og dermed redusere ensomhet blant unge voksne?"
- 2 "Hvordan kan tjenstedesign brukes til å gi unge voksne en lett tilgjengelig hjelp mot den selvdestruktive spiralen skapt av ensomhet?"
- 3 **"Hvordan kan vi unngå at situasjonsbestemt ensomhet blant unge voksne forsterkes, og dermed potensielt også gjøre det mindre sannsynlig at de havner i en selvdestruktiv spiral?"**



Metoder

Brukerreise - storyboard

Brukerreiser er et verktøy brukt i tjenestedesignprosessen for å kartlegge og vise frem den tjenesten eller situasjonen som ellers er «usynelig». Metoden brukes for å kartlegge og vise frem en opplevelse eller tjeneste gjennom den som opplever det eller bruker tjenesten, sine øyne. Brukerreisen er ofte en mindre detaljert, og noe mer subjektiv enn en service blueprint (Hvidsten, et al. 2021).

I denne fasen videreutviklet jeg dagens brukerreise fra å være en grov skisse til å bli mer detaljert, og denne gangen mer basert på sanne detaljer fra en ekte historie fra en av informantene mine fra dybdeintervjuer. I tillegg viser jeg til slutt hvordan fremtidens brukerreise ser ut. Her har jeg valgt å visualisere brukerreisene som storyboard. Et storyboard visualiserer hendelsesforløpet som en person gjennomgår, gjerne i form av en historie med en start og slutt (Hvidsten, et al. 2021). En definisjon av storyboard er "en grafisk kartlegging i form av illustrasjoner som vises i rekkefølge for å visualisere en fortelling." (Grimsgaard og Høie 2018). Det er nettopp på grunn av et ønske om å visualisere historien til en av informantene mine at jeg velger å visualisere brukerreisen min slik.

Papir prototyping

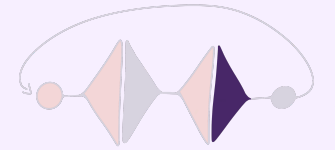
Prototyping på papir brukes for å tegne digitale flater for hånd på papir. Disse kan brukes til å gjøre raske testrunder av detaljene i digitale løsninger med relevante personer. Det er en veldig vanlig form for prototyping, og har vært en del av metoder for prototyping siden tidlig 1990-tallet. Metoden er effektiv i bruk blant annet fordi den gjør det lettere å gjøre endringer, både små og store, enn hva det ville vært med digitale mock-ups eller wireframes (Stickdorn, et al. 2018).

For dette prosjektet har jeg brukt denne metoden for å prototype og teste min løsning som er digital.

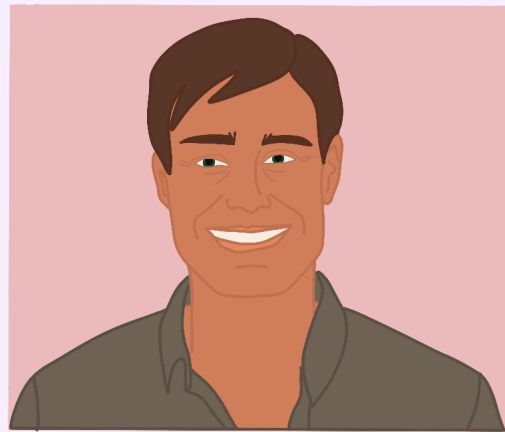
Wireframing

Wireframing er mindre grafisk detaljert digital layout av digitale flater som nettsider eller apper. Metoden er brukt i prototype og testefasen for å teste digitale flater før de blir fullt detaljerte. Det hjelper til forståelsen av hvordan de forskjellige partene i en digital løsning hører sammen. Det kan brukes som utgangspunkt for en mer detaljert og klikkbar modell (Stickdorn, et al. 2018)

I dette prosjektet har jeg laget wireframes som ikke er klikkbare og testet de på relevante personer før jeg har gått videre til å utvikle en mer detaljert klikkbar prototype basert på tilbakemeldingene på wireframene.



Dagens brukerreise del 1



Post Alone er 25 år, har ikke mangel på venner, familie eller gode kollegaer, han er passe utadventt og har egentlig ikke problemer med å bli kjent med folk.



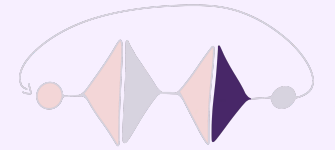
Selv om Post Alone har alt dette, har han likevel ikke en fast vennegjeng. Alle vennene hans har andre venner og gjenger, og Post Alone havner litt i mellom.



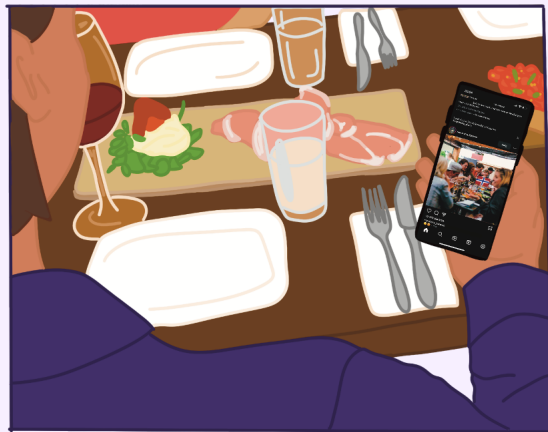
Når 17.mai nærmer seg får Post Alone litt vondt i magen av tanken. Han vet ikke om han kommer til å ha noen å feire dagen med, og han kommer hvert fall ikke til å ha en stor vennegjeng å feire med, "sånn som alle andre har" tenker han. Den tanken gjør at han føler seg litt ensom. Han gruer seg spesielt til alle innleggende som kommer til å postes med masse vennegjenger.



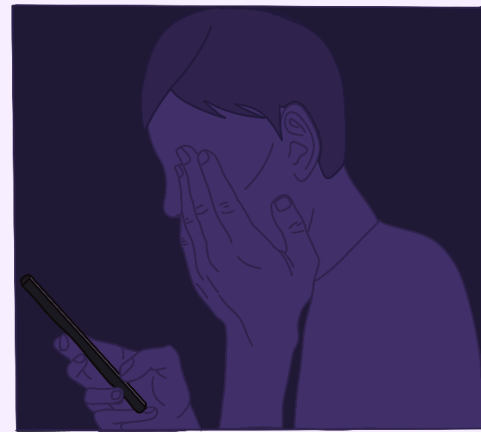
Når dagen kommer har han lagt frokostplaner med to venner. De hygger seg veldig på frokosten!



Dagens brukerreise del 2



Post Alone sjekker mobilen sin og scroller på instagram, sånn som han pleier å gjøre noen ganger om dagen. Han vil ikke si han er direkte avhengig av mobilen og sosiale medier, men det er jo ganske vanskelig å legge fra seg selv om han vet at han ofte påvirkes negativt av det. Feeden hans er pakket med flotte bilder fra store vennegjenger sine frokoster, og de har det SÅ gøy og de er SÅ mange.



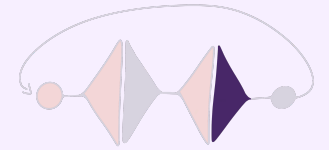
Post Alones allerede lille eksisterende følelse av ensomhet forsterkes plutselig enormt på kort til. Han klarer ikke lenger nyte frokosten han er på, eller leve i nuet.



Tankene til Post Alone fortsetter å spinne utover dagen, og feeden fylles stadig med flere flotte bilder. Han klarer ikke unngå bildene og klarer derfor ikke unngå å tenke på det, han forsvinner inn i en virkelighet han selv har konstruert i sitt eget hode hvor han føler at han er helt uønsket og alene.



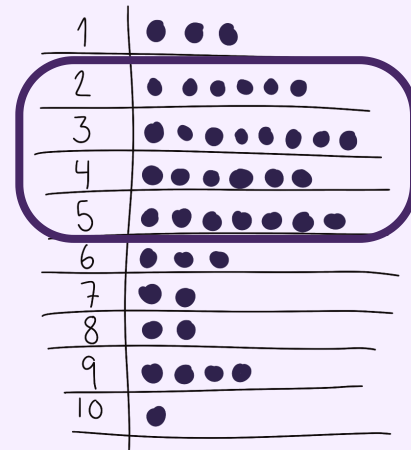
Dager som 17.mai ender opp med å bare vekke stressende og vonde følelser hos Post Alone, og gjør han veldig ensom. Han begynner over tid å unngå disse settingene, han graver seg ned i den selvdestruktive virkeligheten han har konstruert i sitt eget hode, slutter å ta initiativ og takker nei til invitasjoner, i tro om at han uansett ikke er ønsket. Han ser ikke lenger det han faktisk har rundt seg.



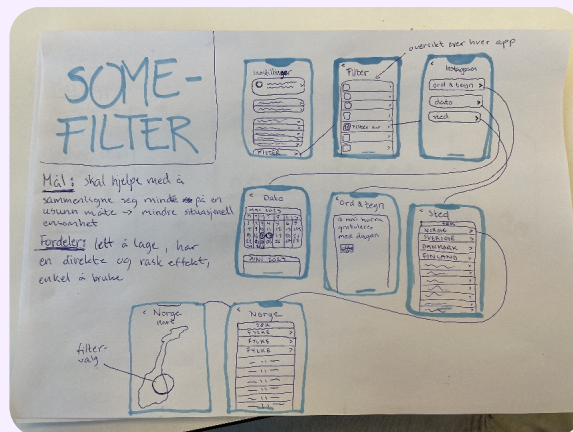
Prototyping av 4 utvalgte idéer

Gjennomføring

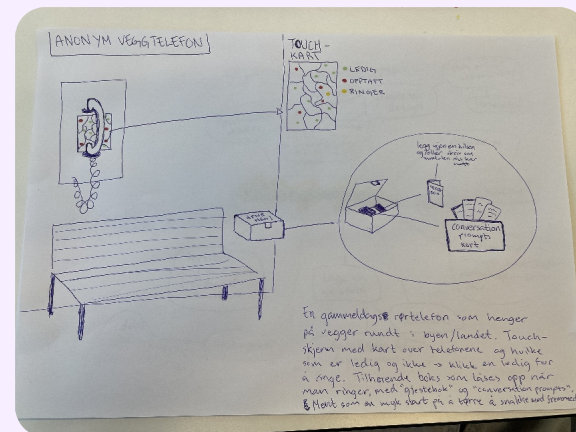
Etter første runde med avstemning var det idé nummer 2, 3, 4 og 5 som ble med videre. Det var SOME-filter, Anonym veggtelefon, Lydmuseum og MealMatchMaker. Disse fire idéene ble dermed utbrodert og laget mer detaljerte skisser til, i tillegg til at de ble endret noe på etter tilbakemeldinger fra første runde. Jeg laget ferdig idéene for neste runde med avstemning. Denne gangen ble idéene presentert som low-fidelity prototyper som skisser på papir.



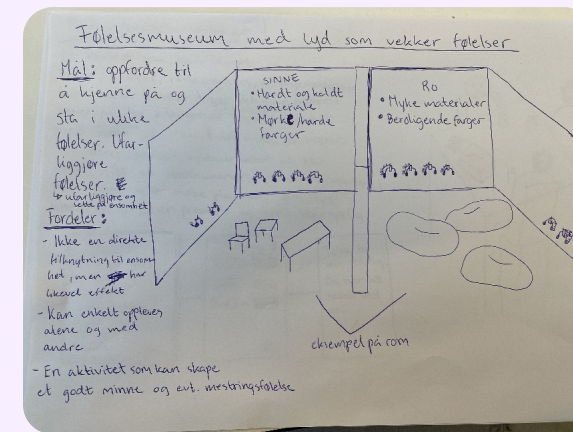
Resultat



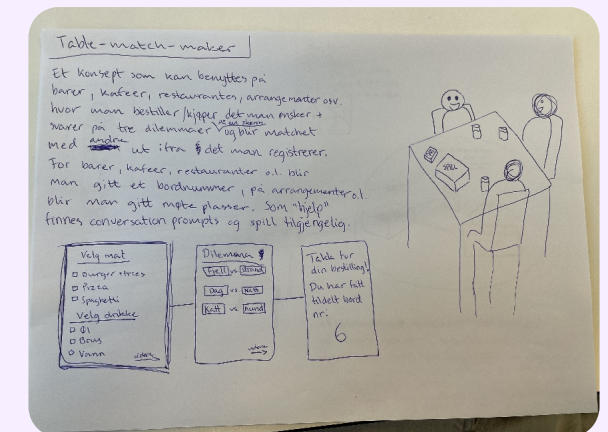
2. SOME-filteret har fått en mer detaljert skisse med detaljer hvor man kan se at filteret kan finnes i innstillinger på mobilen, man kan velge appen det skal gjelde for, og filtrere vekk valgte ord, tegn, datoer og steder.



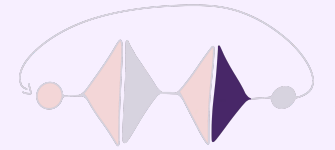
3. Anonym veggtelefon er ganske lik som den var annet enn at jeg har endret kartet til å vise hvilke telefoner som allerede ringer i tillegg til de som er opptatte og ledige. Det er fortsatt en boks med conversations prompts, men i denne boksen er det også lagt til en "gjestebok" hvor folk kan skrive ned hilsner, tanker og notater.



4. Lydmuseum ble om til følelsemuseum på bakgrunn av at jeg tenkte mer over poenget med museet, og at poenget var følelsene lydene skulle vekke, og ikke lydene i seg selv. I forklaringen av denne la jeg også mer vekt på at det handlet om en følelsesreise hvor man skulle lære seg å stå i ulike følelser. Museet skulle fungere som en reise ved at man må gå gjennom alle rommene etter hverandre. Hvert rom skulle være utstyrt med en "guide" eller vakt hver.



5. MealMatchMaker ble om til Table-Match-Maker ettersom at det også skulle kunne brukes uten å bestille et måltid, og skulle ha mer fokus på andre ting man kunne ha til felles. Derfor ble det lagt til et steg hvor man skal svare på 3 enkle dilemmaer, og blir matchet ut ifra dilemmaene i tillegg til bestillingen.

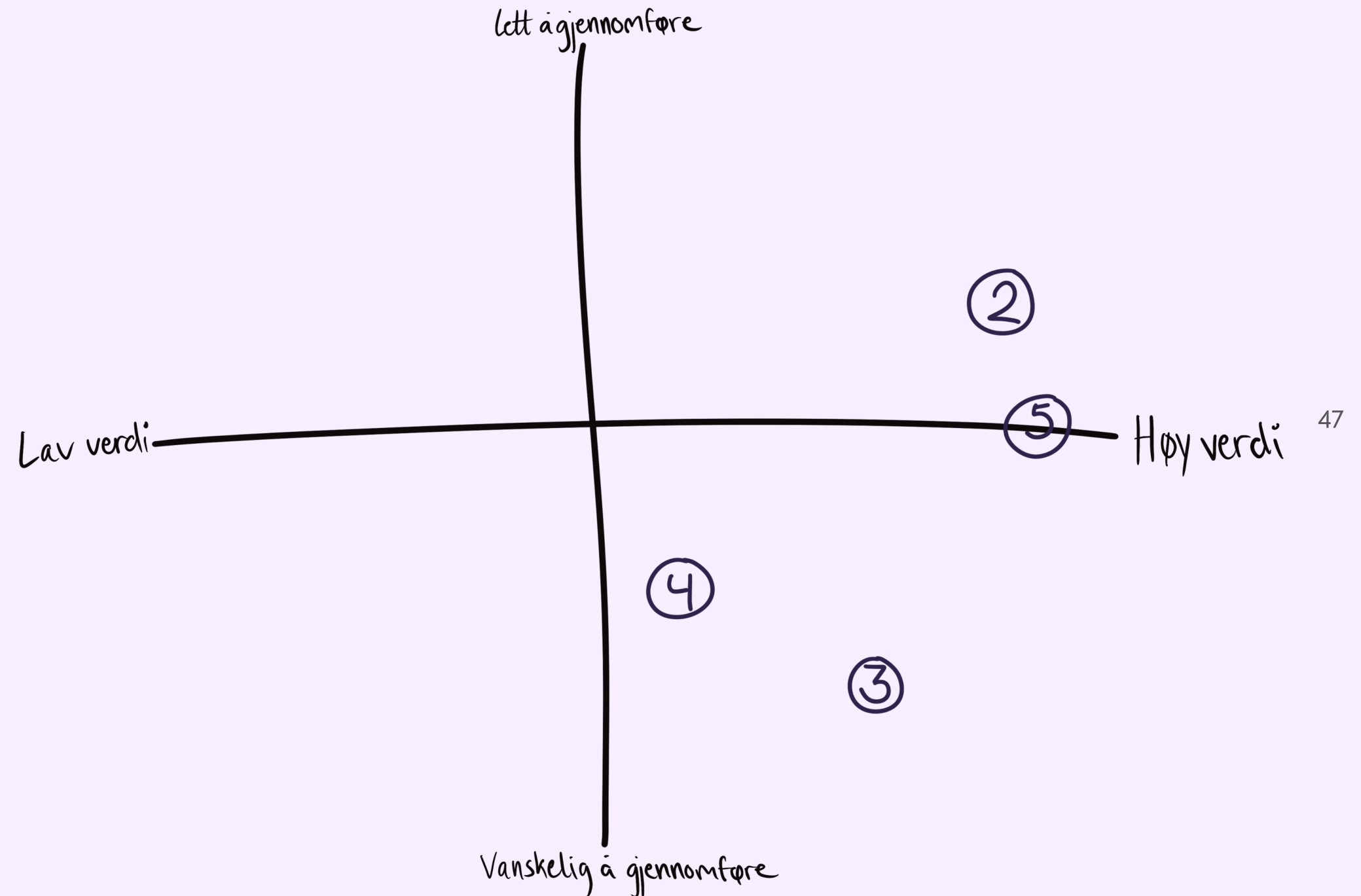


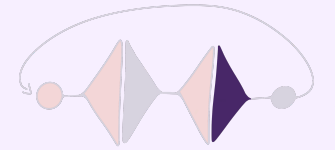
Prioriteringsmatrise

Prioriteringsmatrise

Før jeg gikk ut på neste stemmerunde, laget jeg en prioriteringsmatrise med de 4 utvalgte idéene. En prioriteringsmatrise hjelper til å plassere idéer etter gjennomførbarhet og potensiell verdi (Hvidtsen et al. 2021). Dette gjorde jeg kun for å gi meg selv en bedre oversikt over fordeler og ulemper med hver og en av idéene, og den ble ikke brukt i avstemningsrunden.

Idé nummer 2 var den som kom best ut av matrisen på grunn av veldig høy potensiell verdi for problemet, og på grunn av at den var den jeg så på som lettest å gjennomføre. Jeg kunne valgt idé kun basert på denne matrisen, men jeg hadde allerede bestemt meg for at jeg uansett ønsket målgruppens synspunkter. Likevel hadde jeg denne i bakhodet når jeg skulle velge idé.



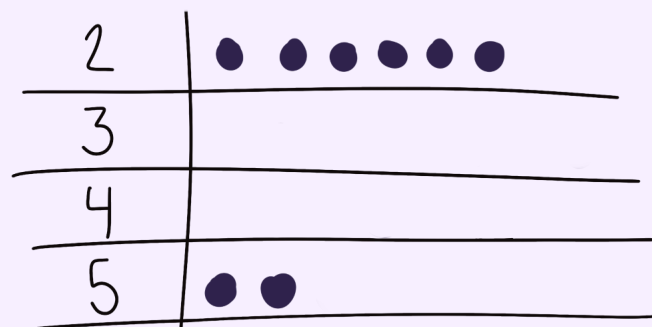


Resultat fra test og avstemning med målgruppen

Gjennomføring

Jeg tok med meg skissene mine og forklaringene til idéene ut for avstemning. Denne gangen var alle stemmene samlet inn fysisk. Dette gjorde jeg ved å finne folk i min målgruppe på campus. Jeg ga hver respondent muligheten til å reflektere over hver og en av idéene og komme med tilbakemeldinger før de fikk avgi én stemme. Jeg hadde 8 respondenter i alderen 21 til 27 år.

Resultat

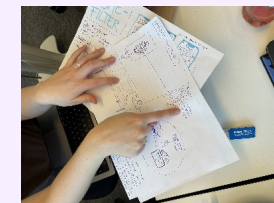


Etter 2. runde med avstemning ble SOME-filteret den soleklare vinneren blant målgruppen. Kort oppsummert var dette fordi den ble oppfattet som effektiv, konkret, diskret og noe de hadde tatt i bruk. Ettersom at jeg allerede hadde bestemt at det var målgruppen min, og ikke jeg, som skulle få velge idéen, ble dette den valgte idéen jeg gikk videre med.

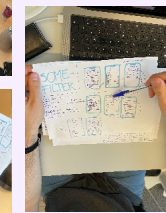
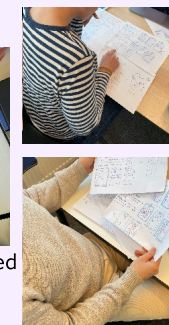
"Det hadde vært gøy om den hadde en sånn slutta-app vri. Sånn at du får belønning eller bare skryt for at du har klart deg uten det og det i så så mange dager, om du skjønner?
"Gratulerer du har gått 300 dager uten.." på en måte." - Mann, 26

"Dette er egentlig veldig smart. Ikke bare for ensomhet, men for andre ting og. Løsningen nå blir jo å fjerne det helt, og da føler du at du fjerner deg fra hele samfunnet, og da er jo en sånn her løsning mye bedre." - Kvinne, 26

"Av disse 4 ideene tror jeg denne har størst effekt og er mest levedyktig. Jeg tror den treffer målgruppen bra." - Kvinne, 26



Bilder fra testing med målgruppe.

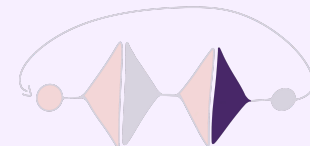


"Jeg likte denne her veldig godt. Jeg hadde absolutt tatt den i bruk." - Kvinne, 23

"Den ville jo fjernet triggere, og det virker jo effektivt." - Mann, 21

"Jeg stemmer på filteret fordi den ensomheten som hiter verst er den når du for eksempel ligger hjemme syk tredje kvelden på rad og ser alle er ute og har det dritgøy liksom. Jeg trenger ikke den påminnelsen slengt i trynet mitt akkurat da." - Kvinne, 23

"Kanskje det kunne vært mer effektivt hvis man hadde noen "sikkerhetsspørsmål" og må svare på hvorfor man setter på filter?" - Mann, 26



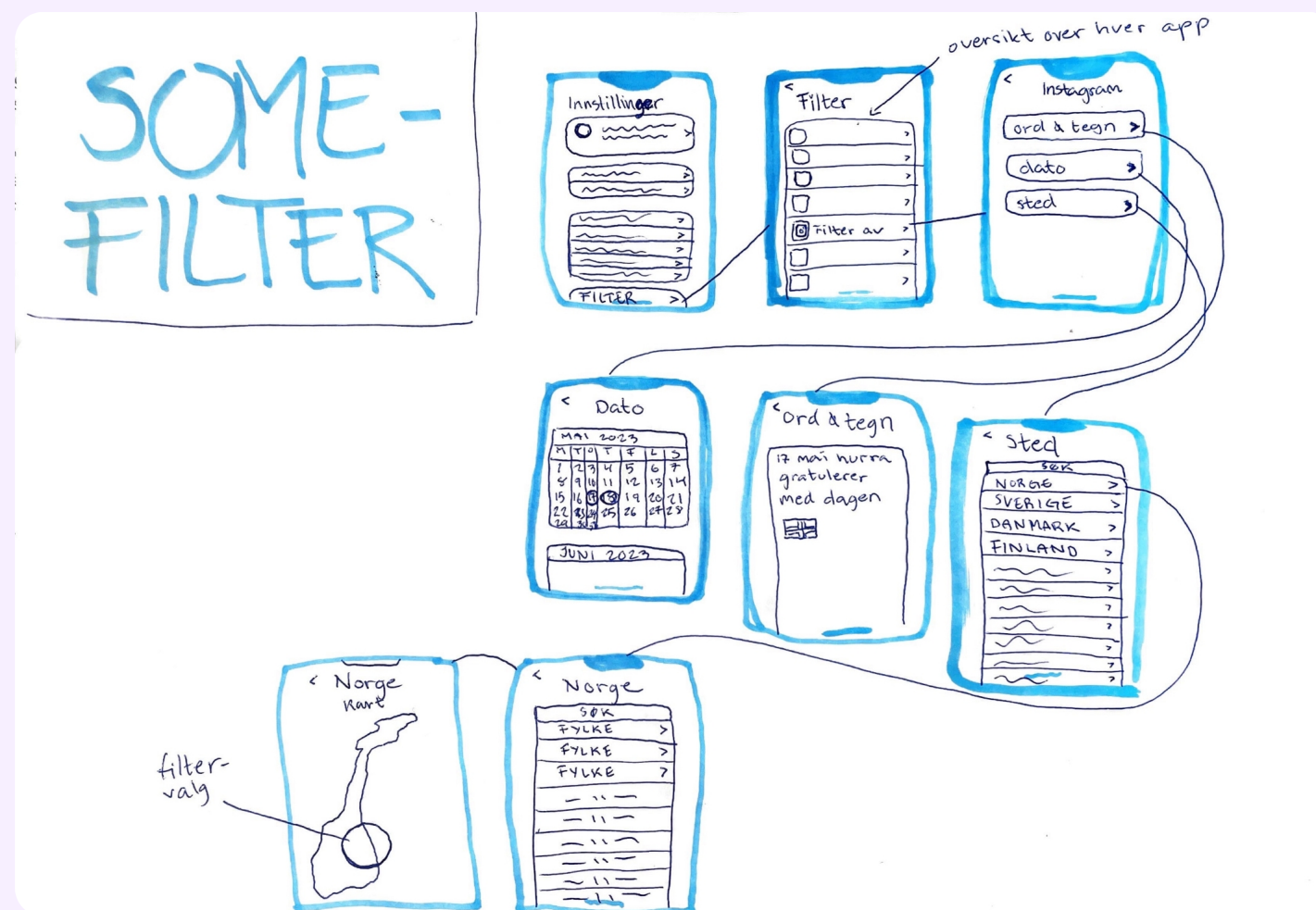
Valgt idé

Grunnlag

Min valgte idé ble **SOME-filteret**. Denne ble valgt mest på grunnlag av tilbakemeldinger og stemmer fra målgruppen, men også på bakgrunn av prioriteringsmatrisen. At denne idéen kom best ut av både avstemningene og min egen prioriteringsmatrise gjorde valget ganske enkelt. Gjennom hele prosessen har jeg hatt som mål å holde meg tro til brukeren i prosjektet mitt, og alltid ha de i fokus, og når det kom til valg av idé ønsket jeg fortsatt at dette skulle gjelde.

Neste steg

Etter å ha valgt idé gikk jeg videre med iterering av den valgte ideen på bakgrunn av tilbakemeldinger vist som sitater på forrige side. Planen nå var å få en iterert versjon av ideen ut for testing så raskt som mulig.

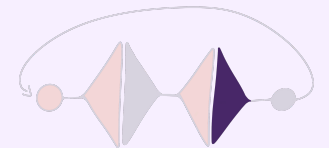


Refleksjon

Denne ideen var ikke min egen favoritt til å begynne med. Jeg syntes ikke den var kreativ nok, jeg ønsket ikke å lage en digital løsning fordi jeg tenkte det ville bli kjedelig og jeg var redd ideen kunne ses på mer som en distraksjon fra problemet enn en løsning på problemet. Jeg fokuserte veldig på det negative ved den, egentlig bare fordi den var digital og det syntes jeg var kjedelig og kjipt.

Jeg beholdt likevel ideen fordi den traff veldig mange av smertepunktene i brukerreisen. Hadde jeg gitt etter for disse tankene fra begynnelsen av, hadde jeg aldri funnet ut hvor godt likt denne ideen skulle bli av målgruppen min. Jeg tenkte at siden jeg er en del av målgruppen så visste jeg hva de kom til å mene, men det tok jeg feil i.

Jeg har måttet "kill my darlings" gjennom denne prosessen, noe som er både krevende og litt trist der og da. Likevel gjør det at jeg har endt opp med en idé basert på hva min målgruppe ønsker seg, nettopp fordi jeg var nødt til å "kill my darlings".



Gjennomføring av og resultater fra testing

Testrunde 1:

Jeg testet løsningen med en skissert low-fi prototype på 5 personer i målgruppen. Løsningen hadde på dette tidspunktet mulighet for å velge app man ønsket å filtrere innhold i, for så å velge "org og tegn", "dato" og "sted". Under denne testingen fikk jeg masse gode tilbakemeldinger om at det er noe de kunne tenkt seg å bruke selv, men det er spesielt én tilbakemelding jeg har valgt å sette fokus på da den bidro til videre iterering av løsningen:

"Det kan bli litt som å gå på diett med sjokolade i kjøleskapet, om du skjønner? Den sjokoladen ligger der og frister, og er lett å ta hvis du ikke klarer å dy deg. Sånn, filteret fungerer jo hvis man ikke skrur det av, men hvorfor skulle man ikke skrudd det av?" - Mann, 26.

Dette fikk meg til å stille meg selv spørsmålet "Hvordan kan jeg gjøre det mindre fristende å skru filteret av når det først er skudd på?". Det ledet til at jeg laget to alternativer for hvordan jeg tenkte dette kunne løses:

- 1: Filteret låses i 3 dager, og det kan ikke skrus av igjen før de dagene er gått.
- 2: En påminnelse om hvorfor du har skrudd filteret på når du skal skru det av - oppfordre til refleksjon.

Testrunde 2:

Jeg gikk inn i en ny testerunde med samme skisserte prototype som i testrunde 1, men denne gangen med to alternativer for iterering, lås eller påminnelse/refleksjon, som ble laget ut ifra tilbakemelding fra testrunde 1. I denne runden med testing ønsket jeg at respondentene skulle stemme over hvilken av de to alternativene de tror hadde fungert best for de i en situasjon hvor de har skrudd på et filter for å forhindre ensomhet. Jeg spurte 5 personer fra målgruppen og resultatet ble følgende:

Lås	●
Påminnelse/refleksjon	● ● ● ●

Vinneren ble påminnelse/refleksjon og begrunnelsene fra respondentene var blant annet at de likte at den løsningen ga rom for refleksjon, noe de trodde hjelper i en situasjon som ensomhet. Noen av de nevnte også at det å få en slik påminnelse kan gjøre at de kanskje blir mer motivert til å jobbe mer med det man har skrevet dersom man enda føler at det er et problem når man prøver å skru av filteret og får opp den refleksjonen som en påminnelse. Respondentene mente at dette hadde gjort det vanskeligere for de å skru av filteret før de faktisk er klar for å skru det av. På grunnlag av disse tilbakemeldingene lagde jeg en ny skissert prototype med refleksjon og påminnelse som ekstra steg. Når jeg hadde laget denne skissen gikk jeg videre til å lage skissen om til wireframes på Figma før neste runde med testing.

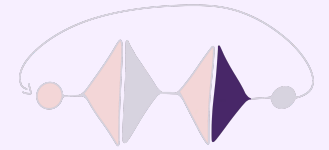
Testrunde 3:

I denne testrunden brukte jeg wireframes jeg hadde laget i Figma til å vise løsningen. Jeg spurte igjen 5 personer fra målgruppen om deres meninger rundt løsningen. 5 av 5 respondenter liker løsningen slik den er nå, og nevner at de liker refleksjon- og påminnelsedelen spesielt godt. Kort oppsummert likte de løsningen fordi de mente den var enkel og effektiv for den gitte problemstillingen.

Jeg fikk likevel noen tilbakemeldinger rundt mulige endringer. En tilbakemelding jeg tok med meg handlet om det at man kan filtrere vekk steder ikke hadde noe for seg med tanke på at det kanskje ikke er lov å spore hvor innholdet er postet fra. Dette er noe jeg hadde reflektert over allerede og vurdert og fjerne, og etter tilbakemelding om det fra målgruppen bestemte jeg meg for at dette steget ikke var nødvendig å ha med.

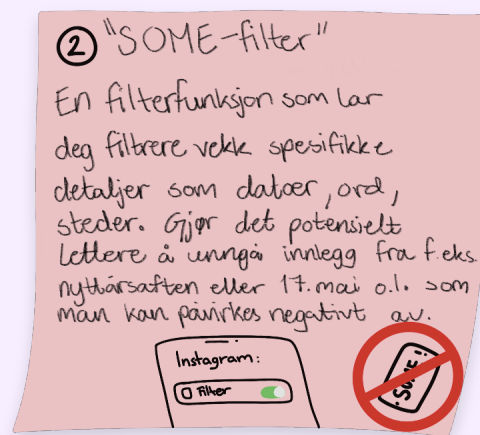
En annen respondent stilte også spørsmål ved rekkefølgen filtrene var satt i, da det ikke virket mest effektivt å ha valg av app først. Etter dette endret jeg også litt på rekkefølgen til filtrene i løsningen slik at man velger appene filteret skal gjelde for sist, i stedet for først. Dette er for at man skal slippe å lage samme filter flere ganger dersom man ønsker det samme på flere forskjellige apper samtidig.

Etter denne runden begynte jeg på den endelige løsningen med en klikkbar prototype.

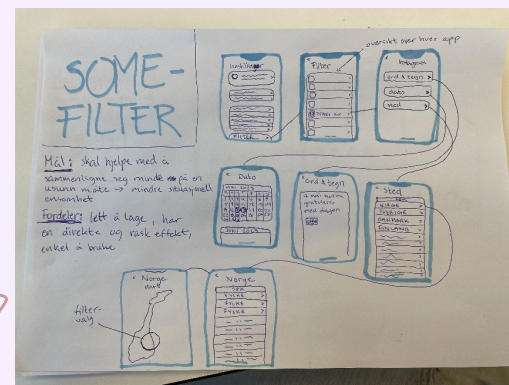


Testing og iterering med målgruppen

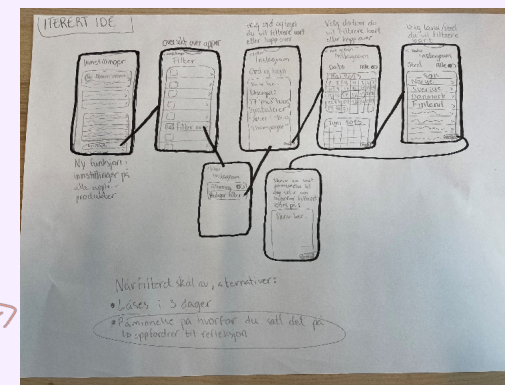
Her kan man se den visuelle oversikten over utviklingen av ideen etter hvert som den ble testet med målgruppen. Fra en idé på en post-it-lapp, til skisse på ark, til wireframes på Figma, til en endelig klikkbar prototype av løsning.



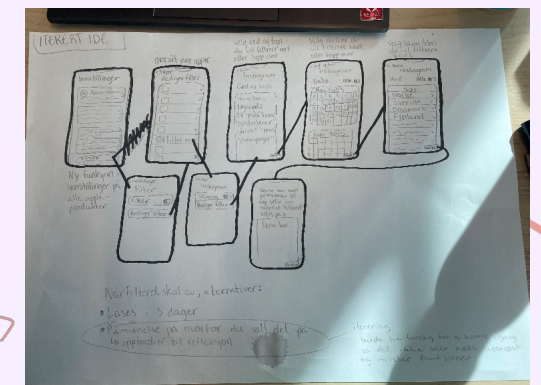
Den første "versjonen" av ideen som ble vist til målgruppen.



Den første testbare skissen.

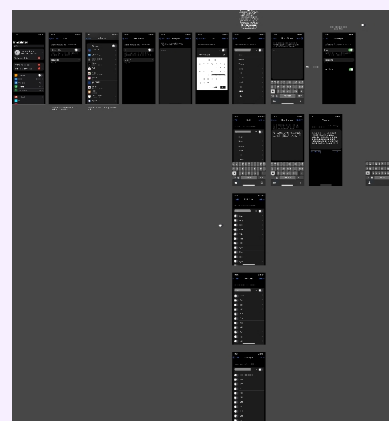


Iterert skisse.

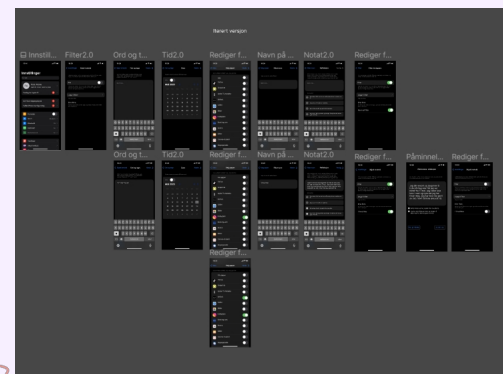


Iterert skisse.

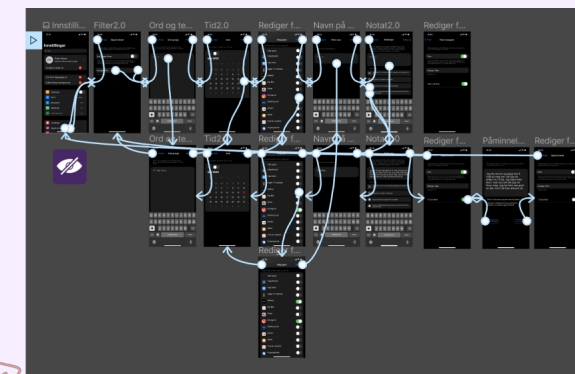
51



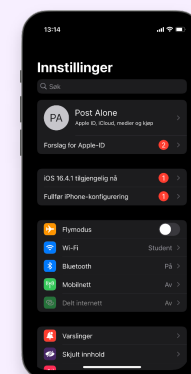
Første wireframes.

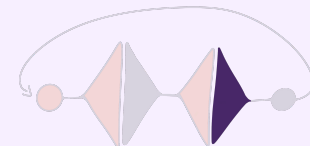


Itererte wireframes.



Endelig løsning vist som klikkbar prototype.





Endelig løsning - Skjult innhold

Forklaring av navn på løsning

Den valgte ideen "SOME-filter" har fått nytt navn, "Skjult innhold", inspirert av "Skjulte ord"-funksjonen på Instagram. Navnet ble valgt sammen med personer fra målgruppen, som syntes det gjorde det tydeligere hva funksjonen var til for.

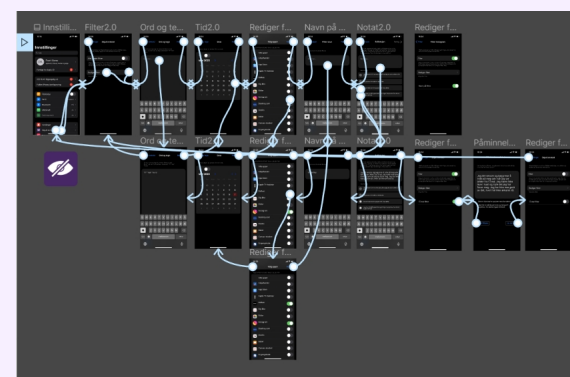
Forklaring av løsning

Jeg har laget løsningen som en ny funksjon i innstillinger på Iphone. Løsningen gjør det mulig å filtrere vekk innhold fra mobilen som man av ulike grunner ikke ønsker å se. I dette prosjektet er det laget spesifikt for å kunne filtrere vekk tekst, bilder eller annet innhold som kan forsterke ensomhet og føre til en selvdestruktiv spiral. Man kan filtrere vekk ord og tegn, og datoer. Etter å ha valgt hva man ønsker å filtrere vekk, velger man hvilke apper filtreringen skal gjelde for. Videre må man lage et navn for filteret, for at man skal kunne finne tilbake til filteret, i en liste på førstesiden med oversikt over dine filtre. Her kan man administrere hvert enkelt filter. Til slutt er det lagt inn en refleksjonsdel, hvor man skal skrive inn grunnen til at man velger å sette på filteret. Her er det også 4 ferdiglagde alternativer for de som ikke ønsker å skrive selv, eller til inspirasjon for hva som kan skrives. Når et filter skal skrus av får man opp en påminnelse om refleksjonen man la inn. Her blir man stilt et spørsmål om man er helt sikker, før det kan skrus av.

Scan eller klikk på link for å teste klikkbar prototype



[Klikk her](#)



Klikkbar prototype

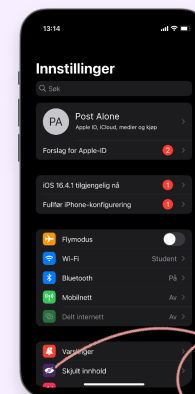
Skrivefunksjon/tastatur er ikke klikkbart i denne prototypen grunnet mangel på tid til å lage dette. Prototypen er derfor laget med ferdige eksempler for alle funksjonene.

Lignende løsninger og hva som skiller dem

- "Skjulte ord" er en funksjon i innstillingene til Instagram, ment for å beskytte deg selv mot kommentarer og meldinger som kan inneholde støtende ord, fraser eller tegn. Her kan man altså fjerne uønsket tekst, men ikke annet innhold. Det vil altså ikke fungere for å fjerne uønskede bilder, videoer eller stories slik som "Skjult innhold"-funksjonen vil.

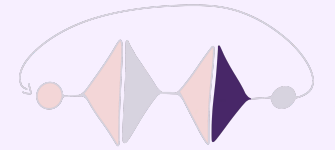
- "Fokus" er en funksjon i innstillinger på alle iOS-enheter, med underkategorier "Ikke forstyr", "Soving", "Egentid" og "Jobb". Disse gir deg mulighet til å dempe utvalgte varslinger for utvalgte tider eller sette begrensninger for varslinger fra utvalgte apper eller personer. Alle disse funksjonene handler mer om varslinger og å holde fokus vekk fra mobilen enn selve innholdet på mobilen, og skiller seg dermed fra filtreringsfunksjonene til "Skjult innhold".

- "Skjermtid" er også en innstilling på alle iOS-enheter som begrenser hvor lang tid du kan bruke på hver app, men gjør heller ikke begrensninger for innholdet i appene.

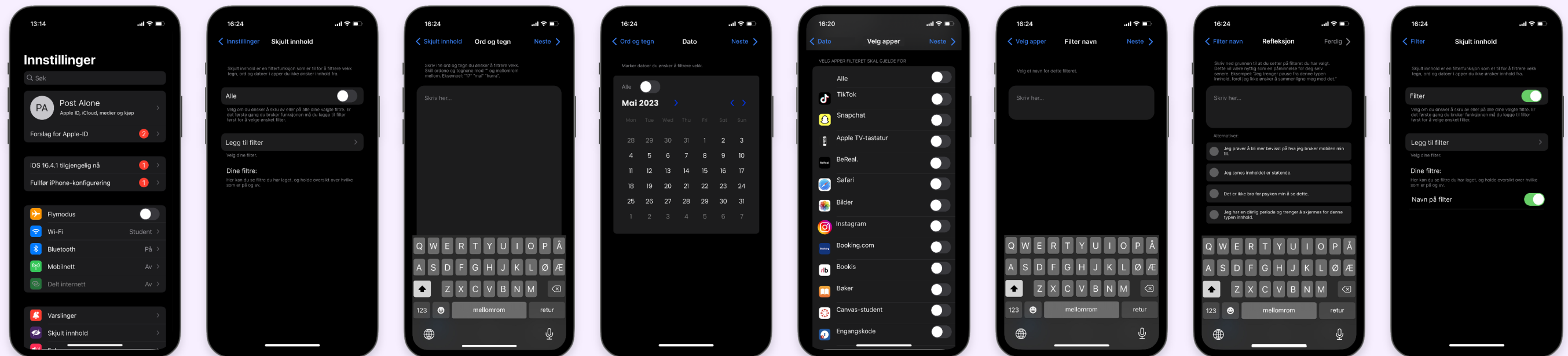


Ikone for innstillingen

Designet for ikonet til innstillingen er et øye med en strek over for å representere noe du ikke kan eller vil se, altså noe som er skjult for øyet. Bakgrunnsfargen er samme lillafargen som jeg har brukt flere steder gjennom prosessen som en representasjon for følelsen av ensomhet. Innstillingen er i hovedsak laget for å hindre forsterkning av ensomhet. Kombinasjonen av det blokkerte øyet og fargen ser jeg på som et symbol for at innstillingen skal brukes for å skjule for øyet det som gjør følelsen av ensomhet verre.



"Skjult innhold" steg for steg



Innstillingen er plassert høyt opp på listen, under varslinger. Der er den synlig, lett å finne og sammen med lignende innstillinger som varslinger, fokus og skjermtid.

Den første siden har en kort introduksjon øverst av hvordan innstillingen fungerer. Under introen er en mulighet for å skru av og på alle filter og en mulighet for å legge til nytt filter. Etter hvert som man legger til filtre vil de dukke opp i en liste nederst på siden, hvor de kan slås av og på hver for seg.

Trykker du inn på "Legg til filter" vil du komme til første filtreringsfunksjon som er "Ord og tegn". Øverst står en kort forklaring av filterfunksjonen, med eksempler. Her kan du velge om det er noen spesielle tegn eller ord du ønsker å filtrere vekk, eller gå videre til neste.

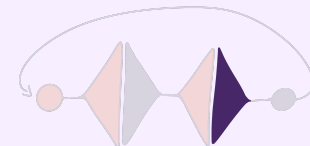
Neste side er "Dato"-filtrering. I likhet med tidligere finner man en kort forklaring øverst. Her kan du velge hvilke datoer du ønsker at "Ord og tegn" filteret skal gjelder for. Dersom du ikke har lagt til noen ord eller tegn, vil du med dato-filtreringen filtrere vekk alt innhold fra de valgte datoene. Du har mulighet til å trykke fritt på datoer eller trykke på "Alle" for å filtrere innholdet fra alle datoer.

På denne siden kan du velge hvilke apper du ønsker at filteret skal settes på. Øverst finnes en kort forklaring. Du kan velge en og en app eller velge "Alle".

Her skal du skrive inn et navn på filteret du nå har laget. Dette er for at det skal være lett for deg å finne frem til filteret igjen når det havner i listen på førstesiden. Det finnes en kort forklaring øverst på siden.

Denne siden er til for at man skal reflektere rundt hvorfor man setter på filteret, i et håp om at dette gir brukeren et bedre bilde av hva hen kanskje bør skrus av igjen. Øverst finnes en forklaring med et eksempel. Det er også 4 korte ferdiglagede refleksjoner man kan velge. Dette er lagt til for å gjøre dette steget mer lavterskel, men fortsatt med fokus på refleksjon. Dette steget kan ikke gås videre fra før det er fylt ut.

Etter å ha trykket på ferdig har du ditt nye filter på forsiden. Her får du mulighet til å slå av alle filtre på "Filter", eller valgte filtre i listen med dine filtre. Før et filter kan slås av får du opp refleksjonen din med grunnen til at filteret ble skrudd på. Dette er for å igjen få brukeren til å reflektere over om de faktisk er klare for å skru av filteret eller om det som ble skrevet i refleksjonen fortsatt er et problem. Denne funksjonen vil vises i foilen "Fremtidens brukerreise del 2".



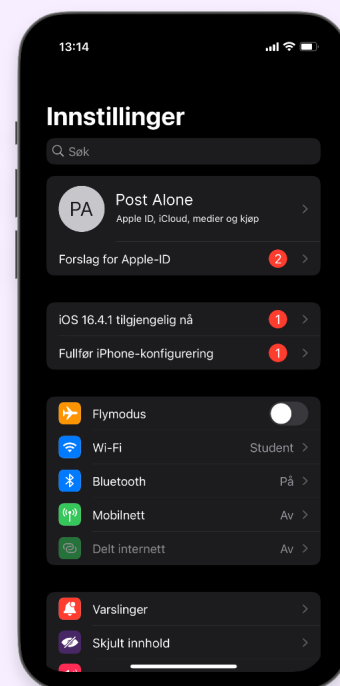
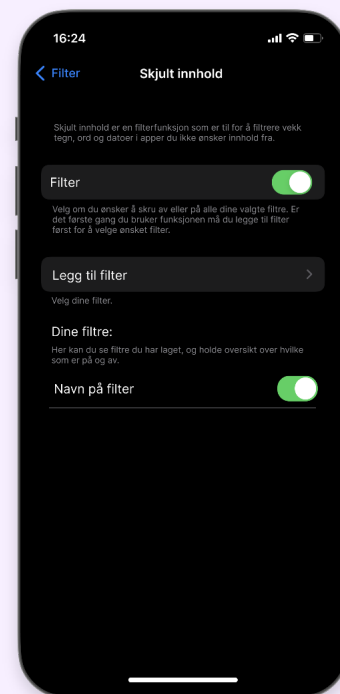
Begrunnelser for valg

Grunnlag for valg av design

Når det kommer til valgene jeg har tatt i forhold til designet, er det basert på det eksisterende designet til Apple. Jeg har tatt utgangspunkt i hvordan deres funksjoner ser ut og laget løsningen deretter ettersom at jeg har valgt å plassere løsningen i innstillingene på Apple-enheter. Likevel er det lagt ved elementer som er utypiske for en innstilling på Apple-enheter. Med dette mener jeg notatfunksjonen som dukker opp flere steder, og refleksjonsdelen. Jeg er klar over at dette ikke er typiske elementer som finnes i deres eksisterende innstillinger, og jeg vet ikke om det finnes regelverk som gjør dette umulig å få til, men jeg har for nå måttet satt en forutsetning om at det ikke er noen begrensninger for å få dette til.

Grunnlag for valg av plassering

Hovedpoenget med denne løsningen er ikke hvor den er plassert eller hvem som er tilbyder av løsningen. Jeg har lagt mest vekt på funksjonen av løsningen og at den skal fungere til sitt formål uansett plassering eller tilbyder. Likevel har jeg for dette forslaget av løsningen valgt å se for meg Apple som tilbyder fordi jeg ville at funksjonen skulle være tilgjengelig for flest mulig, og statistikk viser til at Apple er det merket av mobil som er mest brukt i Norge (Statcounter 2023). I tillegg valgte jeg å plassere det som en tilleggsfunksjon i innstillinger i stedet for å lage den som en egen app fordi jeg ønsket ikke at det skulle være noe eksternt man trengte å laste ned for å ha tilgang til eller vite om.



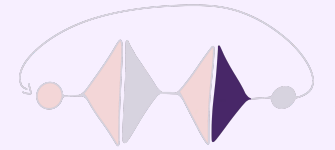
Ønsket virkning

Kort sikt

Den kortsiktige ønskede virkningen av "Skjult innhold" er at den skal kunne hjelpe målgruppen min, og eventuelle andre, som føler på en forsterking av ensomhet på grunn av innhold de blir eksponert for på mobilen sin, til å ikke føle på den forsterkningen lenger. Det kommer potensielt til å kunne fjerne noe av "FOMO"-en (Fear of missing out) unge voksne mener at de føler på, på grunn av sosiale medier (Oppsummering fra dybdeintervju med informanter). Jeg ønsker også at den skal fungere til å gjøre det lettere for målgruppen å sette pris på det de har foran seg, og leve i nuet, uten å sammenligne seg med andre på en negativ og ødeleggende måte.

Lang sikt

På lang sikt ønsker jeg at målgruppen min skal bli mer bevisste på hvordan mobilbruken deres påvirker de, og motivere de til å jobbe mot å ikke la dette påvirke de negativt. Med refleksjonsdelen i løsningen ønsker jeg at brukeren skal kunne øve seg på å reflektere rundt sine egne negative følelser, og potensielt klare å ufarliggjøre de over tid ved å bli mer klar over hva som trigger de og hvordan de kan unngå å forsterke de. I lengden håper jeg også at dette kan bidra til mer egenkjærlighet og bedre relasjoner.



Validering av endelig løsning gjennom brukertesting

Gjennomføring

Den ferdige løsningen ble testet på 6 personer fra målgruppen ved hjelp av klikkbar prototype på iPhone. Testingen ble gjennomført etter å ha gitt de en kort instruksjon på situasjonen de skulle se for seg at de var i og det de skulle finne frem til. De fikk beskjed om å komme med tilbakemeldinger underveis.

Hurtigvalg-filtre

En av testpersonene nevnte at han syntes det virket rart å ha notatfunksjoner i innstillinger på en iPhone. Han synes det hadde gitt mer mening med ferdige hurtigvalg for ulike filtre, og at det passer mer for Apple. Dette er noe jeg ikke har rukket å utvikle en prototype av og teste i dette prosjektet, men noe jeg eventuelt kunne tatt med i veien videre.

Refleksjon og påminnelse

Testpersonene nevnte at de likte spesielt godt refleksjons- og påminnelsesfunksjonen, og at dette er noe som hadde hjulpet de til å reflektere og tenke seg om en ekstra gang før de skruv av filtre. En annen ting de likte ved denne funksjonen var at "Ja" og "Nei" knappene var av lik størrelse, slik at ikke en av knappene virker mer tiltalende eller "riktig" å velge.

Enige i plassering av løsning

Plasseringen av løsningen som en innstilling på Apple-enheter sa testpersonene seg enige i at føltes rett, selv om notatfunksjonene ikke føles som en typisk Apple-innstilling. De likte plasseringen fordi det ble enkelt for dem å sette filtre på hvilken som helst app de ønsket.

Et reelt behov

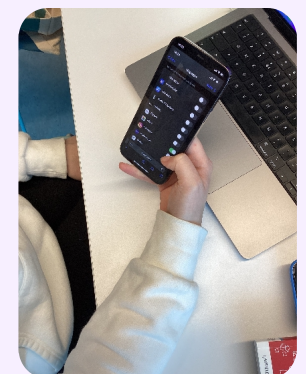
Oppsummert synes målgruppen at løsningen oppfyller et reelt behov for dem. De mener at en slik løsning trengs, fordi de selv føler seg mye påvirket av sosiale medier, spesielt i sårbare situasjoner som ved følelsen av ensomhet og ved høytider og markeringsdager. En slik løsning opplever de som enkel og effektiv, og gjør også at de slipper å måtte snakke høyt om ensomhet før de er klar for det eller oppsøke steder eller arrangementer for ensomme, for å kunne få hjelp mot det. Det er noe de kan gjøre helt på egenhånd, og noe som virker til sin hensikt med en gang. De synes også at løsningen treffer et behov både for de som synes det er sårest og for de som bare opplever en mer "ufarlig" ensomhet. Situasjonen den er laget for er en situasjon alle testpersonene kan bekrefte at de kjenner seg igjen i.

"Jeg elsker den refleksjonsdelen og at jeg får en sånn påminnelse om den før jeg velger om jeg skal skru av eller ikke. Den traff meg veldig, og jeg tror den gjør denne løsningen veldig effektiv for mange i en sånn situasjon som du beskriver." - Mann, 23



"Jeg liker at den er så rett frem. Her får jeg liksom fiksen med en gang." - Kvinne, 26

"Det er jo en ganske enkel løsning for et helt sykt stort problem, så den løser jo ikke alt, men jeg tror absolutt den hjelper i den situasjonen du har gitt. Også tror jeg den ville vært et steg i riktig retning når det kommer til bruken av sosiale medier kanskje." - Kvinne, 24



55

Refleksjon

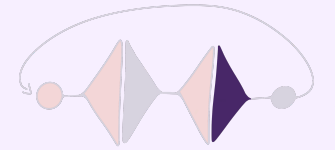
Ikke lenge etter jeg var ferdig med disse testene dukket det opp en artikkel på TV2 som omhandlet temaet mitt og som jeg føler validerer mitt prosjekt. I artikkelen skrives det om en 26 år gammel kvinne som sier at hun ofte har gruet seg til 17.mai, og at hun er åpen om ensomheten hun føler på i forhold til dette. Videre i saken nevner hun sosiale medier som

en forsterkende faktor av opplevelsen av utenforskapet eller ensomheten. *"Det er en oversvømmelse av bilder på sosiale medier denne dagen, og det blir så tydelig hvem som har store vennegjenger og hvem som ikke har det"* - Lykke Marie Myrås, 26.

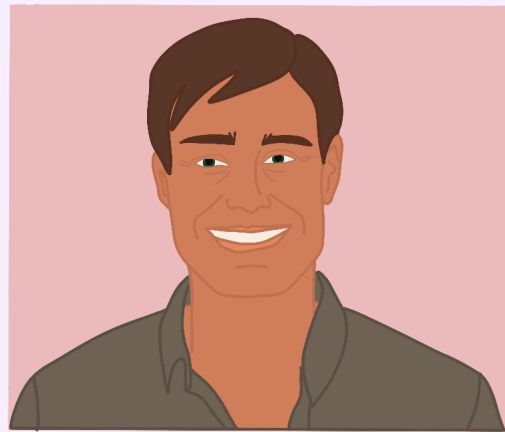
I artikkelen kommenterer også psykolog Line Marie Warholm at hun er godt kjent med at

høytider og markeringsdager kan vekke sterke følelser hos folk. Hun anbefaler å bruke mindre tid på sosiale medier disse dagene, da hun i likhet med 26-åringen mener at sosiale medier forsterker disse følelsene, og bidrar til at vi sammenligner oss for mye med andre.

Til slutt har artikkelen har også med en kommentar fra Carina Elise Godou, som er foredragsholder om sosiale medier, hvor hun bekrefter at sosiale medier har denne forsterkende effekten (Møllerløkken 2023). Jeg følte at dette beviser mye av hvorfor dette er så viktig og hvorfor "Skjult innhold" er et behov.



Fremtidens brukerreise del 1



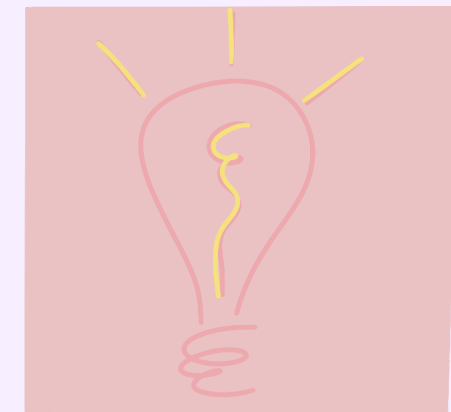
Post Alone er 25 år, han har ikke mangel på venner, familie eller gode kollegaer, han er passe utadvendt og har egentlig ikke problemer med å bli kjent med folk.



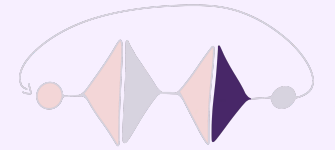
Selv om Post Alone har alt dette, har han likevel ikke en fast vennegjeng. Alle vennene hans har andre venner og gjenger, og Post Alone havner litt i mellom.



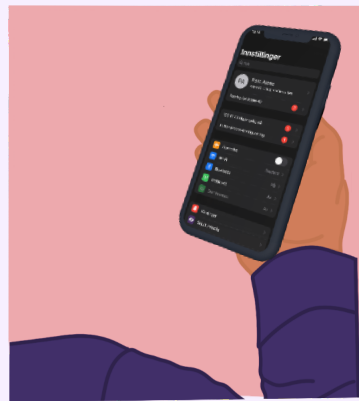
Når 17.mai nærmer seg får Post Alone litt vondt i magen av tanken. Han vet ikke om han kommer til å ha noen å feire dagen med, og han kommer hvert fall ikke til å ha en stor vennegjeng å feire med, "sånn som alle andre har" tenker han. Den tanken gjør at han føler seg litt ensom. Han gruer seg spesielt til alle innleggende som kommer til å postes med masse vennegjenger.



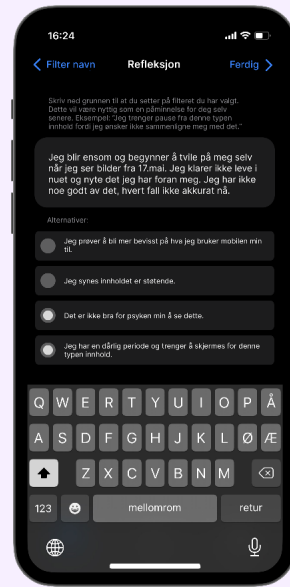
Så kommer han plutselig på "Skjult innhold"-innstillingen på mobilen sin. Han kan jo faktisk unngå disse innleggende han gruer seg sånn til!



Fremtidens brukerreise del 2



Post Alone åpner innstillingene på mobilen sin og finner "Skjult innhold"-innstillingen.



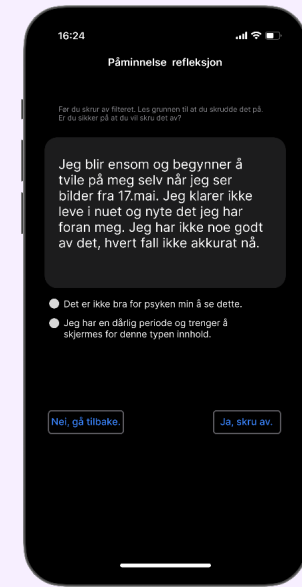
Han filtrerer vekk ordene og tegnene han forbinder med 17.mai som "17", "mai", "hurra", "champagne", "frokost", "Norge", han velger at han ikke ønsker å se innlegg postet fra datoen 17.05.2023 og at det skal gjelde appene Instagram, Snapchat og TikTok. Til slutt legger han til grunnen til at han ønsker å skjule dette innholdet i refleksjonsnotatet.



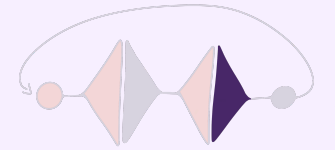
Når dagen kommer har han lagt frokostplaner med to venner. De hygger seg veldig på frokosten!



Post Alone sjekker mobilen sin og scroller på instagram, sånn som han pleier å gjøre noen ganger om dagen. Han ser på noen kattevideoer og legger vekk mobilen igjen. Ikke et eneste bilde fra en eneste 17.mai-feiring.



Post Alone blir plutselig litt fristet til å skru av filteret han har satt på. Bare ta en liten titt, det kan vel ikke skade? Han åpner "Skjult innhold" og trykker for å skru av "17.mai-filter". Da får han opp sitt eget notat om hvorfor han skrudde på filteret. Han tenker seg om, og innser at han har rett i det han har skrevet. Han velger å la vær å skru av filteret. Han fortsetter å nyte dagen med vennene sine, og glemmer det som eksisterer utenfor der han er nå.

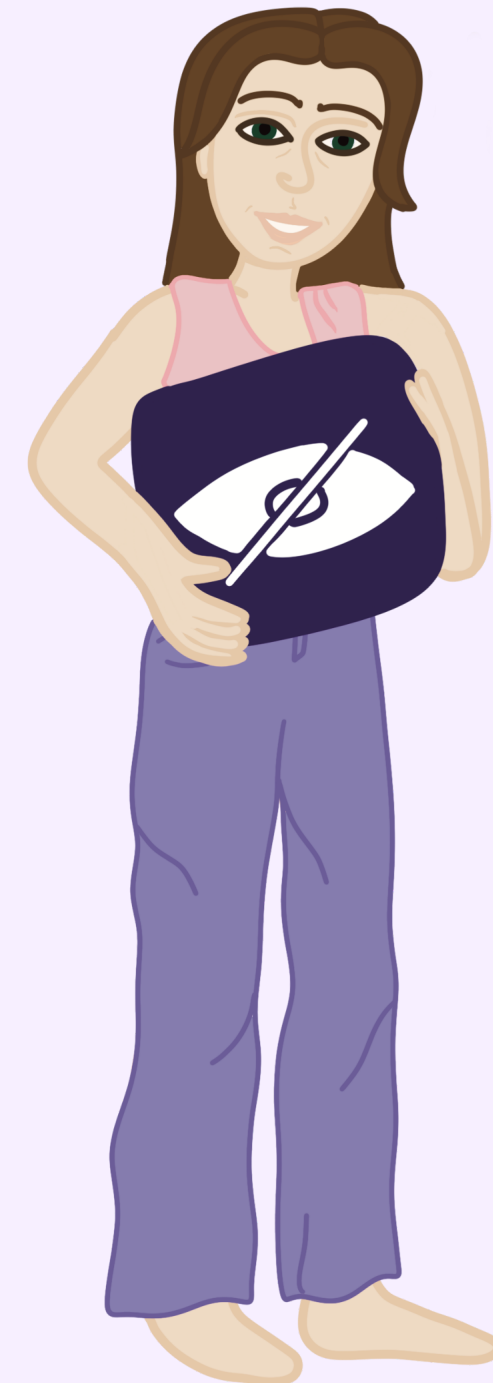


Oppsummering

Denne fasen hjalp meg veldig til å se verdien av løsningen min for situasjonen og målgruppen den er ment for. Jeg merket gjennom både testinger, avstemninger og validering at jeg fikk mer og mer selvtillit rundt løsningen min, og ikke minst ble mer og mer glad i den etter hvert som den ble iterert på på bakgrunn av tilbakemeldingene fra målgruppen. Jeg nevnte tidligere at den valgte løsningen på et punkt ikke var den jeg likte best av alle ideene, men likevel sitter jeg nå igjen med en god følelse av at den har utviklet seg til å bli akkurat det som trengtes.

Testingen førte til mange runder med itereringer, både små endringer og større endringer. Jeg kunne nok fortsatt å iterere på ideen enda lenger, men et sted måtte det også stoppe for denne gang. Jeg fikk blant annet tilbakemelding om hurtigvalg som jeg skrev om under valideringen av løsningen, som kunne vært med i veien videre og blitt gjort til en testbar prototype så jeg kunne testet løsningen sånn den er i dag opp mot en hurtigvalg-løsning, med målgruppen, for å finne ut hva de mener fungerer best for de. Jeg synes det var noe utfordrende å vite når jeg skulle stoppe, men målet var å utvikle noe som kunne hjelpe målgruppen min, og etter testing og validering har jeg fått bekreftet at løsningen kan gjøre dette.

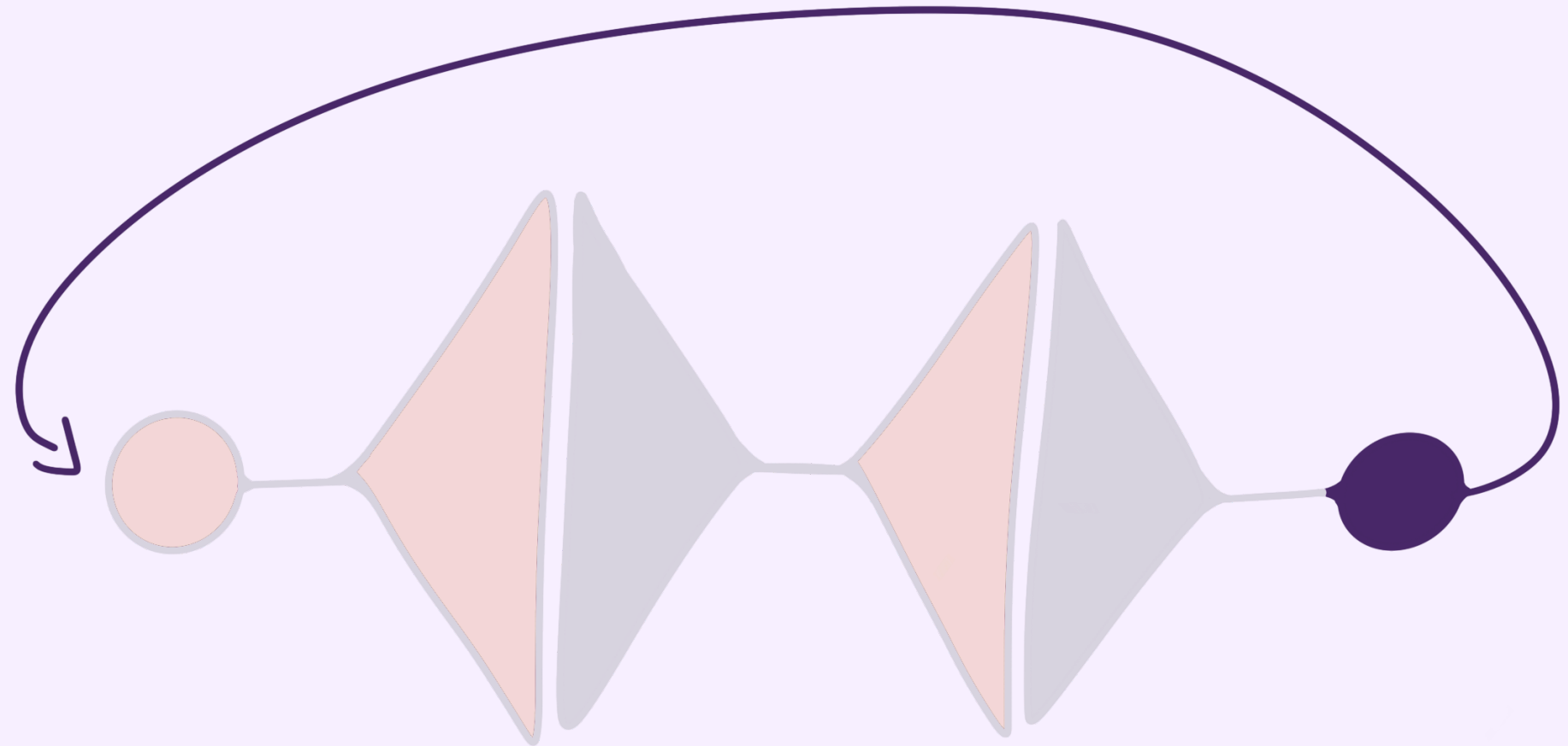
I brukerreisene mine har jeg brukt en slags personas til å fortelle historien til en av respondentene mine fra dybdeintervjuer, som jeg har valgt å kalle Post Alone. Dette er et navn jeg valgte basert på å skulle treffe målgruppen min. Post Alone er et ordspill på artistnavnet til en veldig populær artist blant målgruppen, Post Malone. I tillegg spiller det på det målgruppen kaller å legge ut noe på sosiale medier, å "poste" noe, og at brukeren min føler seg ensom og alene etter å ha sett Instagramposts av andre vennegjenger.



Implementere

I denne fasen er fokuset på hvordan den utviklede tjenesten eller løsningen kan implementeres. Her vil den videre suksessen av prosjektet kanskje ikke lenger bare være opp til deg selv, men også opp til interessenter og de som skal eie, drifte og levere tjenesten eller løsningen. Implementeringsfasen er også en fase som kan brukes for videre iterering, ettersom at implementeringen kan ses på som en enda større test enn hva det har vært i prototype og teste-fasen, og her kan det dukke opp itereringer som tidligere ikke har vært aktuelle. En slik test vil ofte kalles en designpilot, hvor man får se hvordan ting vil fungere i den virkelige verden (Hvidsten, et al. 2021)

Jeg vil i denne fasen starte med å gå gjennom potensielle utfordringer og forutsetninger for prosjektet. Etter dette vil jeg presentere et aktørkart og en implementeringsplan. Fasen vil avsluttes med en oppsummering.



Refleksjon

Denne fasen synes jeg var spennende, men også litt utfordrende da jeg manglet tilgang til mye innsikt i faktorer som kan være med å påvirke løsningen min. For eksempel regelverk innenfor Apple, og hvordan en sånn løsning ville fungert med tanke på GDPR-lover.

Jeg har derfor vært nødt til å ta noen forutsetninger for å kunne utvikle en implementeringsplan.

Potensielle utfordringer, og forutsetninger

Potensielle utfordringer

På lik linje med andre løsninger har også "Skjult innhold" potensielle utfordringer jeg ønsker å reflektere rundt. Det første jeg ønsker å ta opp som en potensiell utfordring er GDPR-lover. Dette er noe jeg ville satt meg mer inn i dersom dette prosjektet skulle gått veien videre, for å sørge for at ikke noen aspekter bryter ved disse. Jeg går også ut ifra at det finnes et eget regelverk innenfor Apple som de følger når det gjelder nye lanseringer og produkter, som er noe jeg dessverre ikke har innsyn i og derfor ikke har kunnet ta hensyn til i min nåværende løsning.

Det er som tidligere nevnt ikke sårt nødvendig for løsningen at den presenteres som en innstilling på Apple-produkter, men i dette forslaget har jeg valgt å plassere løsningen her, og derfor er det også aktuelt å ta opp eventuelle hindringer det kan bringe. Jeg vet for eksempel ikke med sikkerhet om Apple kan kontrollere Appenes innhold på den måten "Skjult innhold" skal. Derfor kan det være en utfordring å eventuelt få endringer i regelverket som gjør at løsningen kan bli implementeres, eller gjøre endringer i løsningen som kan potensielt ta vekk litt av essensen ved den for at den skal passe inn under deres regelverk. Jeg tror likevel ikke det nødvendigvis er et problem da appene ikke er tredjeparts apper, men finnes gjennom Apples egne App Store, som de selv kontrollerer.

En mer samfunnsrelatert potensiell utfordring er at "Skjult innhold" kan være med på å forsterke eller opprettholde et sosialt ekkokammer. I følge boken "Sosiale Medier" skjer dette når vi unngår innhold vi ikke er enige med eller finner støtende og lignende, og det fører til at vi kun blir eksponert for innhold som bekrefter vårt eget syn på verden og gjør at man slipper å forholde seg til de som for eksempel er uenige. Likevel finnes det forskning som sier at sosiale medier ikke er spesielt bidragsytende til det sosiale ekkokammeret, og derfor vil jeg også tørre å påstå at løsningen min heller ikke kan gjøre det verre (Aalen og Iversen 2021).

Forutsetninger

For at løsningen min skal være realiserbar slik den er laget nå forutsetter det at den ikke kræsjer med eventuelle regelverk Apple har, og eventuelle GDPR-lover som kan være relevante. Det kan være at det ikke er mulig å gjennomføre med de nåværende detaljene på grunn av dette, men jeg har i dette prosjektet valgt å se for meg at dette ikke er eksisterende hindringer nå.

Aktørkart

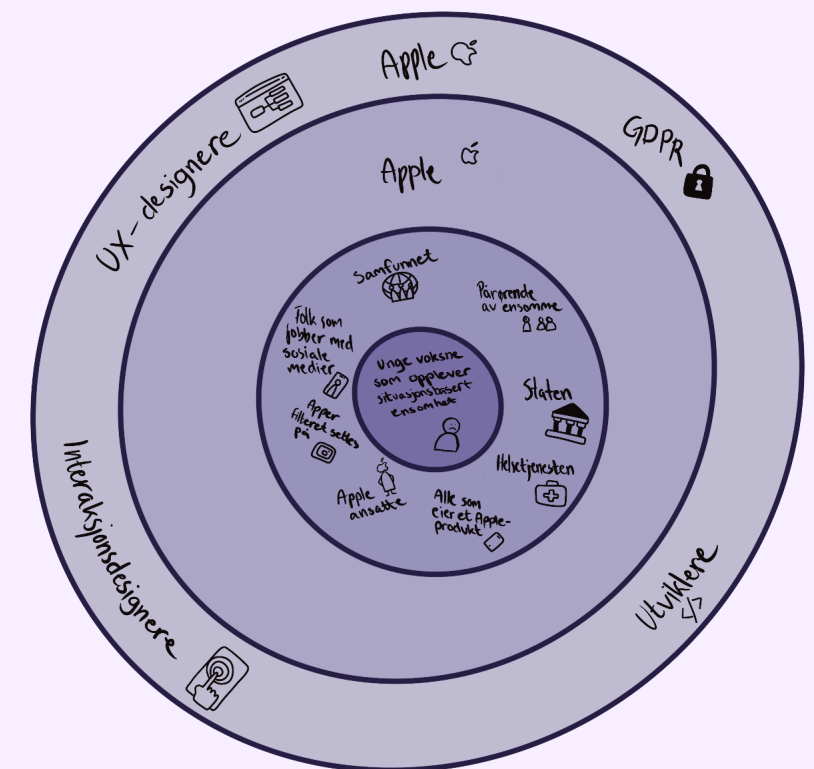
Med et aktørkart får man en oversikt over berørte aktører eller interessenter av tjenesten. Jeg har valgt å ta med et aktørkart i denne delen av prosessen fordi jeg mener det er relevant for løsningen min da jeg har sett for meg at løsningen skal eies av Apple og kommer til å påvirke flere parter (Hvidsten et al. 2021). Jeg ville lage meg en oversikt over alle parter og spesielt over premissgivere for løsningen før jeg gikk videre til implementeringsplanen, for å gjøre det lettere for meg selv å se hva som måtte inkluderes.

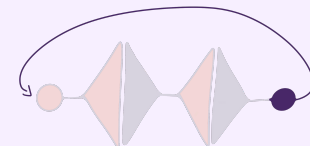
I den **midterste ringen** finner man primærbrukeren for min løsning: Unge voksne som opplever situasjonsbasert ensomhet.

I den **nest innerste ringen** finner man sekundærbrukere av løsningen min, som er parter som kan påvirkes indirekte av løsningen (Hvidsten et al. 2021). Her har jeg tatt med pårørende av ensomme, samfunnet, folk som jobber med sosiale medier, apper som filtreres, Apple, alle som eier et Apple-produkt, helsetjenesten og staten.

I den **nest ytterste ringen** finner man tjenestetilbydere av løsningen min, disse kan også påvirkes indirekte av løsningen (Hvidsten et al. 2021). Her har jeg kun lagt inn Apple, da det er de løsningen er laget for i dette prosjektet, og det er derfor de jeg ser for meg som eneste tjenestetilbydere.

I den **ytterste ringen** finner man premissgivere for tjenesten som er de som påvirker rammene for løsningen (Hvidsten et al. 2021). Her har jeg plassert inn Apple, UX-designere, interaksjonsdesignere og utviklere, i tillegg til GDPR.

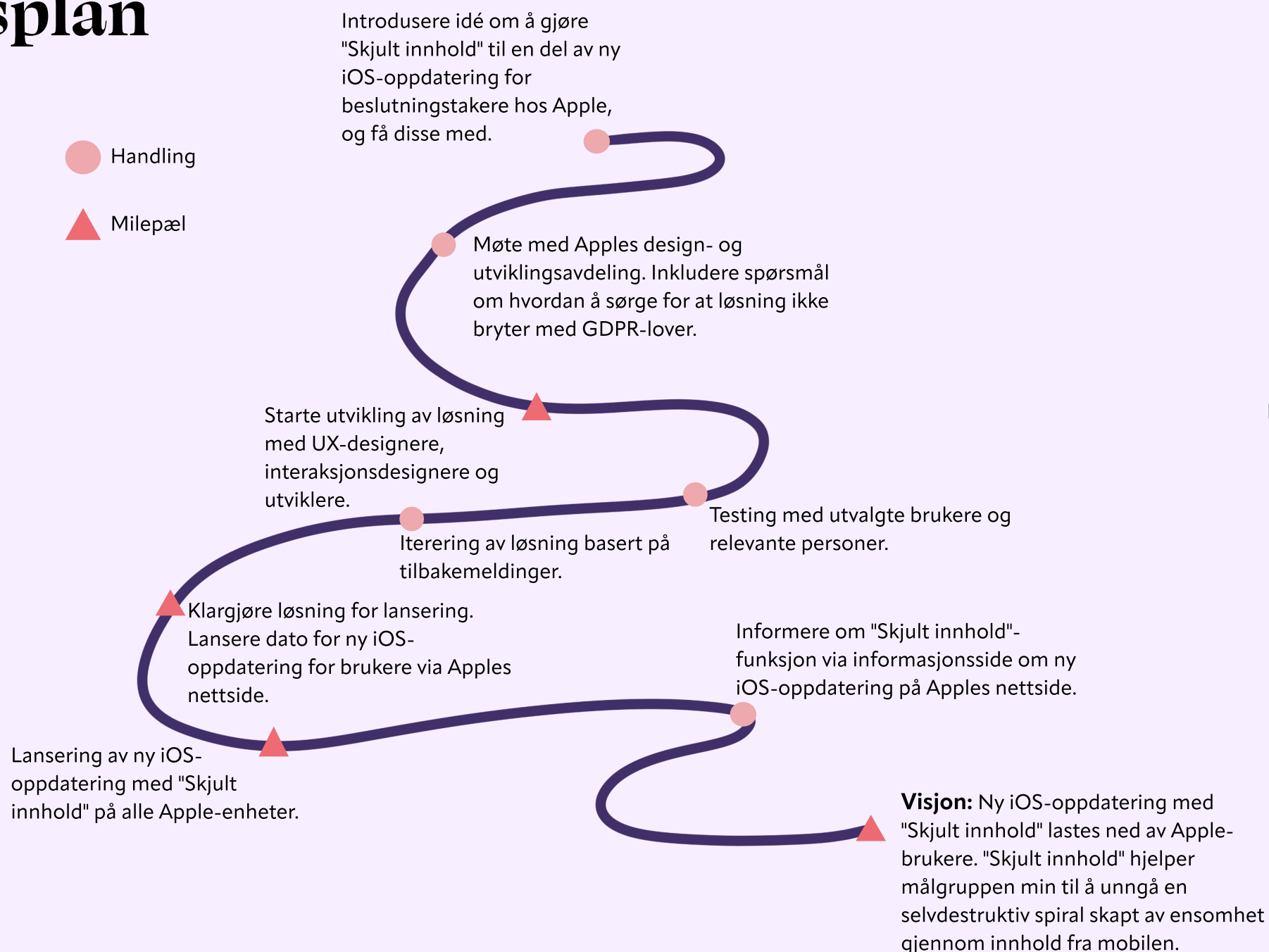




Implementeringsplan

Jeg har laget en implementeringsplan med en visualisering av hvordan jeg ser for meg veien videre for løsningen. Planen er basert på en mal hentet fra Almqvist (2020). Malen jeg har valgt er den hun kaller for mal B, som er best egnet for å kommunisere med partnere og offentligheten (Almqvist 2020).

Jeg har tatt utgangspunkt i at Apple blir eier av løsningen og derfor laget en implementeringsplan slik jeg ser for meg at den ville sett ut med de som eier. Jeg har tatt med handlinger og milepæler i planen, hvor jeg har tatt utgangspunkt i hypoteser jeg har rundt hvordan implementeringsprosessen av denne løsningen vil se ut. Jeg har inkludert aktører fra aktørkartet vist på forrige side, som jeg ser på som viktige i implementeringsprosessen.



61

Refleksjon

Denne implementeringsplanen er ganske enkelt illustrert, med forholdsvis lite detaljer. Det er fordi jeg ønsket at den skulle være forståelig for både utenforstående "publikum" og alle parter i Apple som vil ha med løsningen å gjøre. Den er også enkelt laget fordi jeg vet lite om detaljer rundt hvordan en implementeringsprosess skjer i Apple,

og ønsket derfor bare legge vekt og tydelig fokus på de stegene jeg selv mener er viktige å få med. Jeg hadde i utgangspunktet tenkt til å legge til et steg for pilot av løsningen, og måling av pilot før lansering, men etter å ha gjort research rundt hvordan Apple lanserer nye iOS-oppdateringer tolket jeg det som at iOS-oppdateringene i seg selv er brukt

som piloter før lansering av nye produkter, og at ikke selve oppdateringen har en egen pilot, derfor ble dette fjernet.

Konklusjon og refleksjon

En reise på godt og vondt

Å skrive denne bacheloren har vært en reise både på godt og vondt, med både oppturer og nedturer. Å lære mer om et så omfattende og sårt tema som ensomhet, har vært veldig givende og spennende, og til tider tungt. Jeg har kommet i flere gode og dype samtaler med flere, og har satt stor pris på de som har gitt meg den tilliten og ønsket å åpne seg til meg om et så personlig tema.

Jeg startet hele denne prosessen med et ønske om å se nærmere på temaet ensomhet. Dette er noe som interesserer meg og engasjerer meg, og jeg var ganske sikker fra start av på at det var dette jeg ønsket å jobbe med. Da vi fikk muligheten til å jobbe med en oppdragsgiver vurderte jeg dette mye frem og tilbake og endte til slutt med å ville gi meg ut på et av problemområdene til Oslo-Filharmonien som ønsket flere unge mennesker til seg. Jeg gikk da litt vekk fra ensomhet igjen, men etter hvert tenkte jeg at en kombinasjon mellom musikk og ensomhet kunne vært interessant, og jeg ville jo fortsatt gjerne skrive om ensomhet. Det endte opp med at jeg fikk til en kombinasjon i begynnelsen, som etter hvert ble endret på grunn av et etisk dilemma, og endte opp med at jeg gikk videre med ensomhet blant unge som tema alene.

Å jobbe med et wicked problem

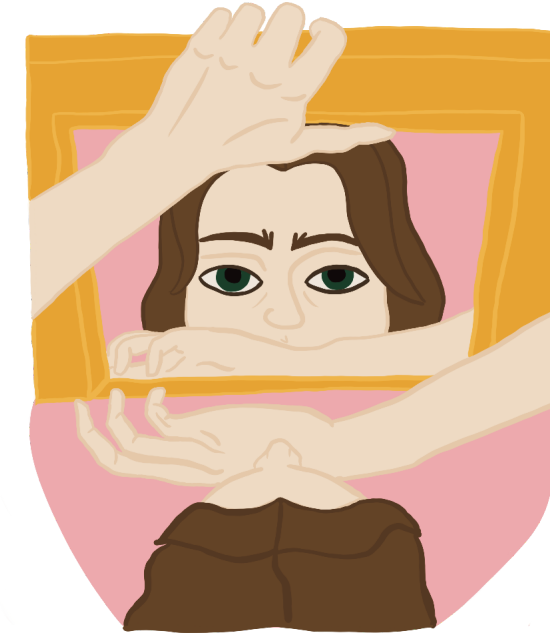
Ensomhet er som jeg har skrevet om i begynnelsen av prosjektet, et wicked problem, og det har jeg absolutt også følt på gjennom

prosessen. Som man kan legge merke til i refleksjonene mine gjennom prosjektet er det ikke "bare bare" å skulle velge ut det viktigste problemområde innenfor ensomhet blant unge voksne. Alt føles viktig og jeg fikk veldig mye medfølelse for alle jeg pratet med og leste om. Likevel har det derfor vært viktig for prosjektet mitt at jeg faktisk klarte å ta et valg om å snevre inn for å kunne komme frem til en faktisk løsning. Jeg valgte å fokusere på ett veldig tydelig problem blant målgruppen min, som ikke bare noen, men alle jeg pratet med, kunne kjenne seg igjen i til tider.

Jeg er veldig klar over at min løsning ikke kan løse ensomhet som et helhetlig problem. Jeg har likevel håp om at den kan gjøre det lettere for noen, og fungere som en start på håndteringen av det helhetlige problemet.

Å jobbe alene med et stort prosjekt

Gjennom studieløpet har vi jobbet mest i grupper, så det å skulle ta på meg et tjenestedsdesignprosjekt helt på egenhånd for første gang i form av en bachelor har bydd både på utfordringer og enormt mye læring. Jeg elsker å jobbe i grupper og har trivdes utrolig godt med alt gruppearbeidet vi har gjort gjennom studiet, men jeg valgte å jobbe alene i stedet for å jobbe med en annen nettopp fordi jeg ville utfordre meg selv. Jeg føler på et veldig sterkt eierskap og en veldig stor stolthet til dette prosjektet, fordi jeg har klart å gjøre det alene, og fordi jeg



har vært så tett på i hver eneste lille del av det. I tillegg har temaet vært så sårt og viktig for meg, at jeg føler meg veldig knyttet til det.

Før jeg begynte var jeg redd det skulle bli en for stor utfordring for meg å utføre dette helt alene, men jeg har følt meg overraskende lite alene i negativ forstand. Jeg har for eksempel følt at jeg har fått jobbe med folk gjennom å ha masse workshops, noe jeg ikke hadde gjort noe særlig av før, men som jeg har blitt veldig glad i nå. Jeg har brukt medstudentene mine og veilederen min til hjelp og støtte gjennom det hele, og det har nok gjort mye for nettopp det at jeg ikke har følt meg så alene likevel. Til slutt vil jeg nevne at jeg har fått føle på en utrolig mestringsfølelse og jeg føler jeg kjenner tjenestedsdesignprosessen bedre enn noen gang før.

Kildeliste del 1

Broen, Ida (@idabroen). 2023. Instagram story, april 7, 2023. <https://instagram.com/idabroen?igshid=NTc4MTlwNjQ2YQ==>

Butteberg, Silje (@siljebutteberg). 2022. TikTok video, juni 25, 2022. <https://vm.tiktok.com/ZGJH6PKcB/>

Bøe, Sondre. *Tv2 underholdning*. 13 03 2023. <https://www.tv2.no/underholdning/unge-apner-opp-om-livslang-ensomhet-kanskje-jeg-bare-skal-vaere-alene/15532044/?fbclid=IwAR3--fk6iQm2AflcDEKj-n1CMCmUQ0XGrBA6sGrLH8nhlQdAHCL5hNiRSA>.

Grimsgaard, Wanda, og Lars Høie. *Design og strategi*. Oslo: Cappelen Damm akademisk, 2018.

Halvorsen, Maria Rud, og Guro Halleraker. *Tv2 nyheter*. 11 01 2023. <https://www.tv2.no/nyheter/innenriks/julie-20-slet-med-ensomhet-dette-ble-redningen/15406538/>.

Helsedirektoratet. *Helse Norge*. 22 11 2022. <https://www.helsenorge.no/psykisk-helse/ensomhet/>.

Hvidsten, Adeline, Ranvir Rai, Stephanie Helland, og Theodor Henriksen. *Introduksjon til tjenstedesign*. Oslo: Cappelen Damm AS, 2021.

Hølaas, Ingrid Iversen, Inga Laupstad, Sol Sigurjonsdottir, Una Cecilie Aagesen, Tove Botnen, og Nora Clausen. *Psykt ensom. Om ensomhet blant barn og unge*. Oslo: Røde Kors, 2021.

Kirah, A. (2023) *The Dance of the Practitioner i Foundations of Design Anthropology* red. Christine Miller. Routledge: in press.

KS. KS. 22 01 2019. <https://www.ks.no/fagomrader/barn-og-unge/barnevern/oppfolging-av-unge-med-barnevernserfaring/livsomrader-i-overgangen-til-voksenlivet/om-livsomrader-i-overgangen-til-voksenlivet/> (funnet 04 13, 2023).

Kurzgesagt. *Ensomhet*. 17 02 2019. https://www.youtube.com/watch?v=n3Xv_g3g-mA.

Lerdahl, Erik. *Slagkraft*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS, 2015.

Myrås, Lykke Sofie (@lykkesofiem). 2023. TikTok video, april 16, 2023. <https://vm.tiktok.com/ZGJH66mgW/>

Møllerløkken, Sunniva. *TV2 Nyheter*. 03 05 2023. https://www.tv2.no/nyheter/innenriks/jeg-har-ofte-gruet-meg-til-17-mai/15707120/?fbclid=IwAR0uRC-q3M9MgFfyALKMpH41ukpx8_bUkKR0U3OZo7V-V6nlf8zr5ZN_nRU.

National Institute on Aging. National Institute on Aging. 23 04 2019. <https://www.nia.nih.gov/news/social-isolation-loneliness-older-people-pose-health-risks>.

Newman, Damien. *The Design Squiggle*. u.d. <https://thedesignsquiggle.com/> (funnet 04 13, 2023).

Nymoen, Marthe, og Marie Grensbråten Lørvik. *Tv2 Nyheter*. 30 10 2022. https://www.tv2.no/nyheter/innenriks/hilde-47-er-ensom-det-kan-forkorte-livet-hennes/15176665/?fbclid=IwAR24MBf_JqQ7mQye1E1b9a4SJQObVRHyJ7R8oIspTvYgem2B1PaiM3CVpkA.

Psykisk Helsenett. *Psykisk Helsenett*. u.d. <https://kurs.psykiskhelsenett.no/pages/blog-typer-ensomhet> (funnet 04 15, 2023).

Sabater, Valeria. *UtforskSinnet*. 23 12 2022. <https://utforsksinnet.no/emosjonell-ensomhet-nar-kjaerligheten-ikke-gjengjeldes/>.

Sagdahl, Mathea Slåttholm. *Store Norske Leksikon*. 21 01 2023. <https://snl.no/etikk>.

SnakkOmMobbing.no (@snakkommobbing.no) 2022. TikTok video, desember 23, 2022. <https://vm.tiktok.com/ZGJH6UDXQ/>

SnakkOmPsyken.no (@snakkompsyken.no) 2022. TikTok video, desember 1, 2022. <https://vm.tiktok.com/ZGJH6Hw42/>

Statcounter. *Statcounter GlobalStats*. 04 2023. <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/norway/#monthly-202204-202304>.

Stickdorn, Marc, Adam Lawrence, Markus Hormess, og Jakob Schneider. *This is Service Design Methods*. California: O'Reilly Media, Inc., 2018.

Kildeliste del 2

Study.com. Study.com. u.d. <https://study.com/academy/lesson/wicked-problem-definition-examples.html> (funnet 04 25, 2023).

Sundquist, Jonas. Psykologisk.no. 30 05 2021. <https://psykologisk.no/2021/05/sann-kan-musikk-lindre-folelsen-av-ensomhet/>.

Tiwari, Sarvada Chandra. Loneliness: A disease? 10 2013. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3890922/>.

University of Copenhagen. University of Copenhagen. u.d. <https://innovationenglish.sites.ku.dk/model/double-diamond-2/> (funnet 04 13, 2023).

Verdensdagen for psykisk helse. Verdensdagen for psykisk helse. u.d. <https://www.verdensdagen.no/ressurser/bli-en-bedre-lytter-med-aktiv-lytting> (funnet 2023).

Vågsland, V., Palm, A., Arntzen, K. Opinions *UNG2023*. Rapport 5/2022. Oslo: Vulkan, Opinion

Wikipedia. Wikipedia. 08 11 2021. <https://no.wikipedia.org/wiki/Ensomhet>.

World Economic Forum. *The Global Risks Report*. Innsiktsrapport, World Economic Forum, 2022.

Aalen, Ida, og Magnus Hoem Iversen. Sosiale medier. Bergen: Fagbokforlaget, 2021.

Aalrust, Marit Sunnanå. Universitetet i Oslo. 27 04 2021. <https://www.sv.uio.no/psi/forskning/aktuelt/aktuelle-saker/2021/generasjon-ensom.html>.



Føler du deg ensom og trenger noen å prate med?

Du er ikke alene.

Mental Helses gratis hjelpetelefon er åpen 24/7.

Ring de på 116 123.