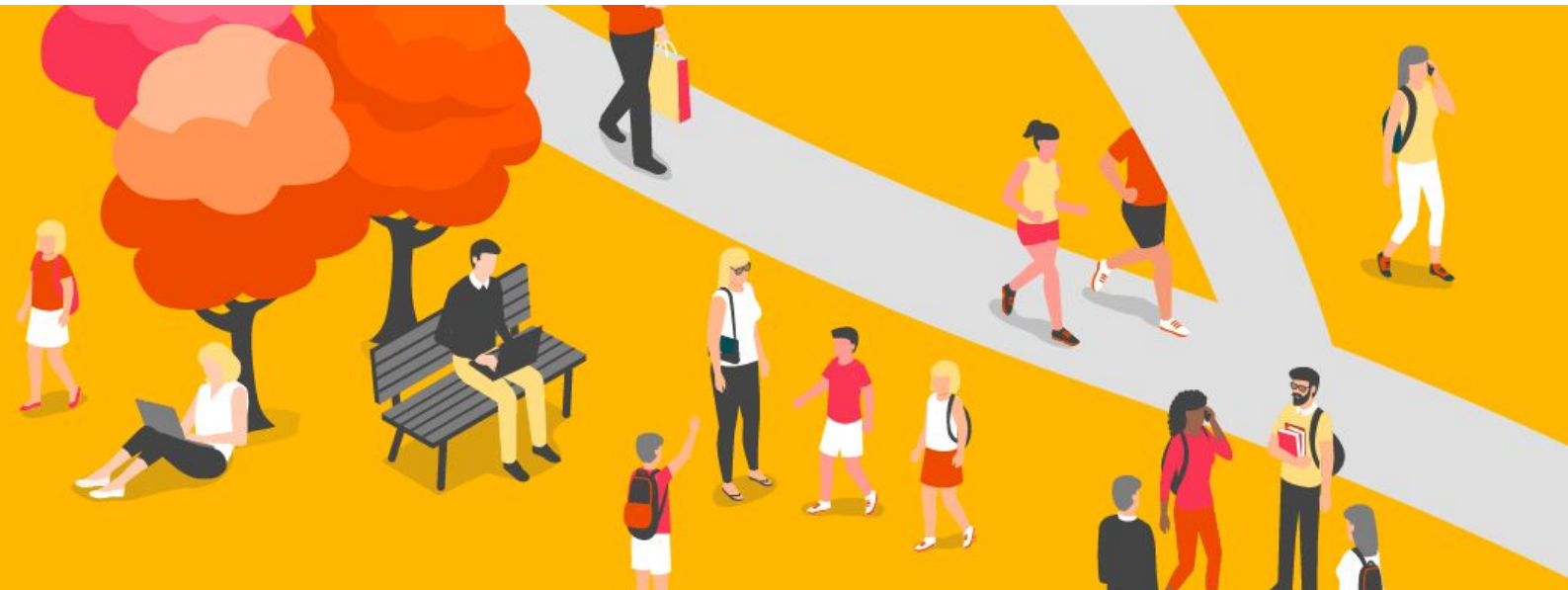
Ungdommens Distriktspanel

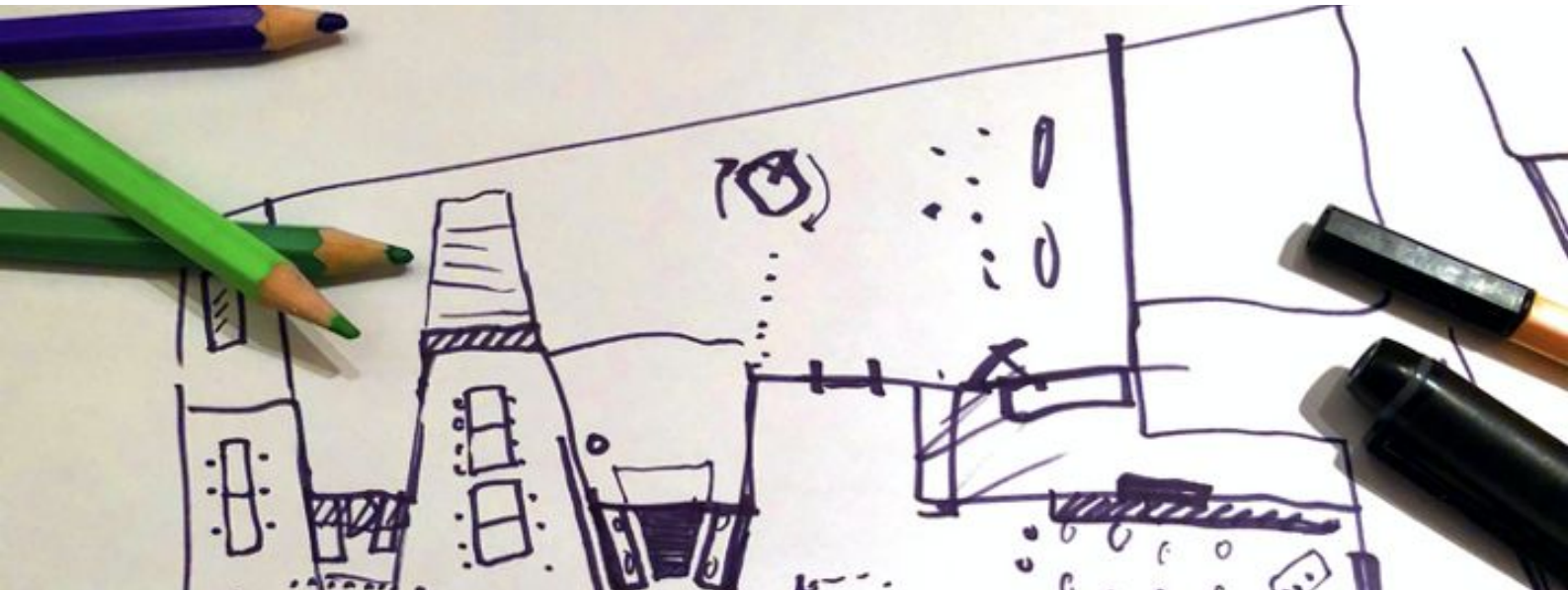
Rapport for bruk av tjenestedesign i utarbeidelse av ny distriktspolitikk

12.04.2021



Innholdsfortegnelse

	Side
Introduksjon	3
Tjenestedesign i utvikling av ny politikk	4
Hva er tjenestedesign	5
Hvorfor tjenestedesign	6
Faser og metoder i tjenestedesign	7
Innsikt	8
Design av forslag til ny politikk	14
Testing og tilbakemelding	19
Justere og ferdigstille	24
Vedlegg	26



Introduksjon

Høsten 2019 ble Ungdommens distriktspanel opprettet for å utarbeide ti råd som de skulle gi til regjeringen om framtidens distriktspolitikk. Distriktspanelet har bestått av ti ungdommer fra ti fylker i Norge, og disse ungdommene har jobbet sammen frem til våren 2021 hvor de skal legge frem forslag til ny politikk for regjeringen.

PwC bisto Distriktssenteret i arbeidet med planlegging, gjennomføring og drift av Ungdommens distriktspanel. Gjennomføringen av samlingene og prosessen for å komme frem til ti råd om framtidens distriktspolitikk er forankret i metodikk fra tjenestedesignfaget. Hensikten med denne rapporten er å gi leseren en introduksjon til tjenestedesign som fagdisiplin, og å vise hvilke faser og metoder som ble benyttet i arbeidet med Ungdommens distriktspanel.

Tjenestedesign er et relativt nytt fagfelt hvor design av tjenester skjer i et nært samspill mellom forretningsutvikling, nye teknologier og brukerbehov. I prosessen med å forbedre, videreutvikle eller innovere tjenester, har tjenestedesign fokus på helhetsopplevelsen og legger til rette for gode brukeropplevelser før, under og etter at tjenesten er benyttet. Tjenestedesign ble valgt som metode i arbeidet til distriktspanelet da denne metoden på en strukturert måte kunne bidra til å hente en stor mengde innsikt fra ungdommer i Norge og bearbeide disse til ideer som kunne testes og ferdigstilles.

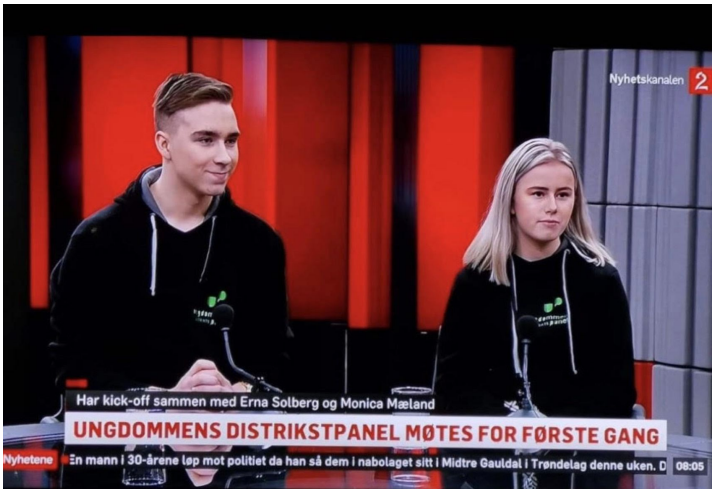
Politikk handler også i stor grad om å skape og levere gode tjenester og tilbud til enkeltmennesker, og grupper av innbyggere. Derfor ble det naturlig å velge en metode som gjorde at forslag til ny politikk kunne bli mottatt av både ungdommer og beslutningstakere på ulike nivå.

Tjenestedesign i utvikling av ny politikk

Tjenestedesign handler om å se mennesket bak “brukeren”. Det er også det som er ønskelig å oppnå når ny politikk skal utformes. Politikk handler blant annet om å utvikle gode tjenester for folk.

Det vil være enklere å lykkes med de politiske tiltakene som foreslås, når prosessen i forkant har vært grundig, slik det ofte blir når tjenestedesign er metoden som brukes. Å vite om det som foreslås er god politikk betyr at man må sjekke ut med de ulike målgruppene om de tiltakene som foreslås fungerer. Det betyr at når politikkutforming møter tjenestedesign kan man oppnå større treffsikkerhet.

Gjennom tjenestedesign og bruk av metoder som personas (se side 9) blir man bedre kjent med de ulike målgruppene som blir påvirket av de politiske forslagene. Det gir en bredere forståelse av om det kan slå ut ulikt, basert på kjønn, alder, geografi, utdannelse etc. Testing og tilbakemeldinger i denne prosessen fører til en større forståelse for at det ikke er alle tiltak som er like gode som først antatt. Prosessen med å velge bort forslag er like viktig som å finne de riktige forslagene. Selv om tjenestedesign i denne sammenheng er brukt i utvikling av forslag til ny distriktspolitikk, kan denne formen for innovativ politikkutforming også ha overføringsverdi i arbeid med å løse andre samfunnsutfordringer.



Hva er tjenestedesign?

Tjenestedesign handler først og fremst om å sette mennesker og sluttbruker i sentrum. Hensikten med å bruke tjenestedesign i utvikling av nye eller forbedrede tjenester, er å skape verdi for enkeltmennesket ved å forstå den konteksten brukeren av en tjeneste befinner seg i. Det handler om å utvikle tjenester for folk som skaper gode funksjonelle og emosjonelle brukeropplevelser, på tvers av kontaktpunkter og over tid.

Tjenestedesign benytter generell designmetodikk, i tillegg til metoder og teknikker som er spesielt hensiktsmessige ved utvikling av innovative tjenester. Et eksempel på dette er “personas”. Personas er et verktøy for å bli kjent med målgruppen sin gjennom å etablere fiktive personer med behov, opplevelser og karakteristika som representerer en del av en målgruppe. Disse utformes etter en målgruppeanalyse og er et nyttig verktøy når man senere skal holde fokus på målgruppen i ulike settinger. Se nærmere beskrivelse av personas på side 9.

	Tjenestedesign bygger på 7 prinsipper:
1	Etablere empati og forståelse for sluttbrukerne
2	Evne å reformulere problemstillingen
3	Samskape på tvers av fagmiljøer og ekspertise
4	Bruke visualiseringer for å utforske muligheter
5	Skamløs prototyping
6	Tørre og eksperimentere
7	Jobbe iterativt og ikke i fossefall

Hvorfor tjenestedesign?

Det er mange gode grunner til hvorfor man bør vurdere anvendelse av tjenestedesignmetodikk når man skal utvikle nye tjenester, eller i denne sammenhengen, utvikle råd til ny distriktspolitikk. Noe av det mest verdifulle med metodikken er at tjenestedesign kan bidra til å gjøre tjenester mer brukervennlige. Metodikken skaper en rød tråd fra brukerbehov til løsning og bidrar ofte til å redefinere problemstillinger for å sikre de beste løsningene for sluttbruker. Tjenestedesign utfordrer ofte vedtatte sannheter og risiko for dårlige løsninger reduseres.

Tjenestedesignmetodikken legger også stor vekt på samarbed på tvers av både fagdisipliner og organisasjonsstrukturer, hindre silotenkning og bidrar til å bygge en felles forståelse for tjenesten som skal designes, eller politikken som skal utvikles.

Brukt riktig kan også tjenestedesign sørge for at man gjennomfører tenkte prosjekter raskt og effektivt, ved at man beveger seg relativt hurtig fra overordnede tanker til konkrete problemstillinger, i tillegg til å hurtig kunne teste ut ideer og justere disse etter tilbakemeldinger.

I utviklingen av en ny, eller forbedret tjeneste, er det vesentlig å ta utgangspunkt i hva det enkelte mennesket trenger. Man må se mennesket bak “brukeren”, og ved involvering og mobilisering av sluttbrukere helt fra start, har man også begynt å skape endring før produktet eller tjenesten faktisk lanseres. I dette tilfellet begynte ungdommene allerede å bevege politikken fra den dagen de begynte innsiktsarbeidet og inviterte relevante brukere til dialog om hva som var det viktigste i ny distriktspolitikk.

Faser og metoder i tjenestedesign

Arbeidet med å komme frem til ti råd til regjeringen om fremtidens distriktspolitikk var delt inn i fem ulike faser, som alle er godt fundert i prosess- og metodikkprinsipper fra tjenestedesignfaget. Hensikten med denne faseinndelingen var å:

1. Gjennomføre prosjektet raskere og mer effektivt
2. Hurtigere kunne bevege seg fra abstrakte tanker til konkrete problemdefinisjoner
3. Sikre at ungdomspanelet holdt fokus på sluttleveranse og det som skal løses gjennom hele prosessen
4. Sikre bred og god innsikt fra ungdommer i distrikts-Norge, og hurtig kunne teste forslag til politikk og justere etter tilbakemeldinger
5. Sikre kontinuerlig oppfølging og god fremdrift i arbeidet

I tillegg til en første fase med Kick-off, bli-kjent øvelser, foredrag og faglige presentasjoner, bestod arbeidet i ungdomspanelet av følgende faser:

- *Innsikt* - Prøve å forstå hva som skal til for at unge vil bo, arbeide og investere fremtiden sin i distriktet
- *Design av forslag til ny politikk* - Samle sammen den innsikten vi har fått og gruppere dem til forslag som kan være gode råd til distriktspolitikken
- *Testing og tilbakemelding* - Teste forslag til ny politikk på relevante sluttbrukere (ungdom, politikere) og få raskt svar på om vi er på riktig vei før vi ferdigstiller
- *Justere og ferdigstille* - Justere til etter tilbakemeldinger fra testing, og ferdigstille ti råd til regjeringen om fremtidens distriktspolitikk

På de neste sidene går vi gjennom disse fire fasene nærmere.

Innsikt

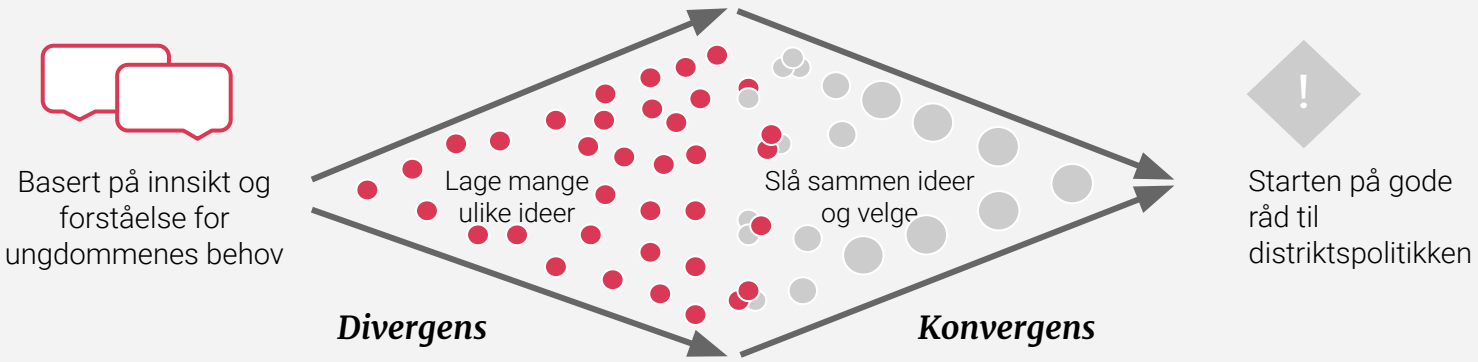
I innsiktsfasen var målet å prøve å forstå hva som skal til for at unge vil bo, arbeide og investere fremtiden sin i distriktet. Gjennom ulike metoder fikk de ti ungdommene i panelet tilegnet seg innsikt i de behov ungdommene de representerer har. Ungdom i ulike fylker har forskjellige behov som det var viktig å få kunnskap om før man skulle gå over til å lage forslag til ny politikk.

De ti ungdommene jobbet med sitt eget fylke og det var lagt opp til god sparring og dialog med ungdommene, de fylkeskommunale ungdomskoordinatorene og Distriktssenteret underveis. I tillegg til nettsiden til ungdommens distriktspanel, bruk av sosiale medier som Facebook og Instagram deltok også ungdommene på nasjonale arenaer som KS Toppmøte Barn og Unge.

Hvorfor brukerinnsikt?
Vi trenger brukerinnsikt for å sikre at vi forstår sluttbrukers behov og er i stand til å finne gode løsninger som ivaretar innbyggere når en ny tjeneste skal utvikles eller en samfunnsutfordring skal løses. Dette gjelder i aller høyeste grad også når ny politikk skal utvikles. Vi må se behovet fra innbyggernes øyne. Ved å stille åpne spørsmål, observere og lytte kan vi bli inspirert til å finne de riktige løsningene. Vi må sette oss inn i de behov og opplevelser som innbyggerne har, og ved å ta et utenfra-inn-perspektiv kan vi se tjenestene gjennom deres øyne.

Ungdomspanelets arbeid for å finne frem til gode råd til distriktspolitikken startet med en forståelse for ungdommenes behov. Denne innsikten ble så brukt til å få opp mange ulike ideer og løsninger som igjen ble bearbeidet før ungdommene slo sammen ideer og gjorde et utvalgt; fra divergens til konvergens (se modell under).

Hvorfor starter vi med å samle innsikt fra sluttbrukere?



INNSIKT

Bruk av personas

I innsiktsfasen ble personas brukt som et viktig verktøy. Personas brukes ofte i tjenestedesign for å lettere oppnå tilhørighet til de målgruppene man arbeider med. Personas er fiktive personer som er basert på kunnskap og forskning man har om målgruppene man jobber med. Personas brukes ofte for å bedre kunne “sette seg inn i brukerens sko”.

I forkant av innsiktsfasen hadde Distriktssenteret laget 10 personas, som gjenspeilte de ulike målgruppene som ungdommene skulle jobbe med og bli bedre kjent med. Disse personasene ble laget med bakgrunn i nyere forskning om distriktsungdom fra NTNU, utarbeidet av Johan Fredrik Rye, professor ved institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU (Rye, J.F, 2019, *Å være ung i distrikts-Norge. Kunnskapsoversikt med utgangspunkt i nyere forskning om distriktsungdom*, NTNU), i tillegg til kunnskapen som Distriktssenteret har om ulike ungdomsgrupper som bor i distriktet.

Disse personasene ble brukt i alle faser av arbeidet. Se vedlegg for nærmere beskrivelse av personasene.

Innvandrer
Halima, 16 år

Bakgrunn

Halima er 16 år og kommer fra Tyrkia. Hun kom flyttende til Nord-Norge sammen med sine foreldre og 3 eldre brødre når hun var 2 år. Halima og hennes brødre snakker flytende norsk, mens foreldrene har lite utdanning og foretrekker fortsatt å snakke tyrkisk hjemme.

Halima elsker popmusikk, grillet kylling og å gå turer med familiens hund. Halima er glad i fotball, men hverken hun eller hennes beste venninner er så veldig gode, så fotballtreninger blir nedprioritert for andre aktiviteter.

Når Halima blir stor ønsker hun å bli dyrlege, og håper hun kommer inn på studier i Oslo.

Hobbyer

Venner
Fotball
Sang

Sitater

“Håper jeg har gode nok karakterer til å komme inn på dyrlegestudier”

“Kunne ønske det var flere fotballag å spille på, så man ikke behøver å være en av de beste hele tiden”

Stedsvelgeren
Siri, 23 år

Bakgrunn

Siri, 23 år er født og oppvokst i Oslo. Hun har siden hun gikk i barnehagen vært opptatt av friluftsliv, og har etterhvert utviklet seg til en god fjellklatrer. Allerede som 13 åring begynte hun å engasjerer seg i Den Norske turistforeningen, og ble etterhvert også engasjert i flere klima- og miljøorganisasjoner.

Siri utdannet seg til sykepleier i Oslo, men valgte å flytte til Senja fordi hun er veldig opptatt av naturen, fjellene og mulighetene for å drive et aktivt friluftsliv. Siri brenner for klima- og miljøspørsmål, og har i flere år vært med å arrangere søppelinnsamlingsaksjoner, både i kommunen og i fylket.

Hobbyer

Dyr
Natur
Musikk

Sitater

“Det var da jeg flyttet til Senja, at jeg fant roen. Her kan jeg klatre i fjellet og drive med aktivt friluftsliv. Det er det viktigste for meg.”

“For meg er det viktig å bidra til å skape en bedre og renere verden for neste generasjon”

INNSIKT

Valg av metode for innsamling av innsikt

Ungdommene i distriktspanelet ble introdusert for en rekke metoder for innsamling av innsikt som de kunne velge mellom: 1:1 samtaler/brukerintervju, kartlegging/innspill fra sosiale medier, observasjon, møte mange på en gang og research. Uavhengig av hvilke metoder man velger for innsamling av innsikt er kunsten hele tiden å tenke “hvorfor” og “hva betyr dette” for det man ønsker å få svar på.

Hva er god innsikt?

- ❑ Innsikt i hva unge ser på som **utfordringer** med å flytte hjem til distriktet sitt
- ❑ Innsikt i hva unge ser på som **muligheter** ved å flytte hjem til distriktet sitt
- ❑ Innsikt i hva som **skal til** for at unge flytter hjem til distriktet sitt
- ❑ Innsikt i hva som kan gjøre at unge **ikke flytter hjem** til distriktet sitt
- ❑ Innsikt i **forskjeller** mellom ulike målgruppers behov

Samtaler/brukerintervjuer

Eksempel på konkrete aktiviteter:

- ❑ Snakk med 10 ungdommer i ditt fylke
- ❑ Møte ungdommer på kjøpesenteret
- ❑ Snakk med dine lokale politikere

Kartlegging/innspill fra sosiale medier

Eksempel på konkrete aktiviteter:

- ❑ Digital spørreundersøkelse / poll
- ❑ Meningsmåling på Facebook
- ❑ Instagramkonkurranse

Møte mange på en gang

Eksempel på konkrete aktiviteter:

- ❑ Intervju i lokalavisa / regionavisa
- ❑ Møte i ungdommens fylkesting / fylkesråd
- ❑ Epost til alle ordførere

Research

Eksempel på konkrete aktiviteter:

- ❑ Møte med regionale forskningsmiljø
- ❑ Spør på biblioteker i ditt fylke om relevante bøker og artikler
- ❑ Bruk “Google” og andre søkemotorer til å lære mer om distriktsungdom

INNSIKT

Intervjuteknikk - generelle råd på veien

- Vær **transparent** og tydelig med formålet
- Minn ungdommen på at det finnes **ingen gale eller riktige svar**
- Fokusér på **ungdommens behov** – ikke politikerne sine behov
- Legg bort forutinntatte hypoteser
- Still **åpne spørsmål**, som ikke styrer de unges refleksjoner
- Unngå å «forsvare» og forklare hvorfor ting er som de er. Spør heller om **ungdommens meninger og tanker**
- Sørg for en **behagelig atmosfære**
- Vær på utkikk etter **overraskelser** og fokuser på det **ungdommen er opptatt av**, samtidig som dere styrer samtalen
- Følg opp med **«hvorfor...»** for å forstå underliggende behov og meninger, eller be ungdommen forklare/utdype sine tanker
- Benytt **stillheten**. Kanskje den du snakker med da vil utdype mer
- Husk å **ta bilder (hvis du har fått tillatelse)** for å dokumentere noe ungdommen evt. viser dere, f.eks. på mobilen eller PCen
- Sist, men ikke minst, **si takk**!

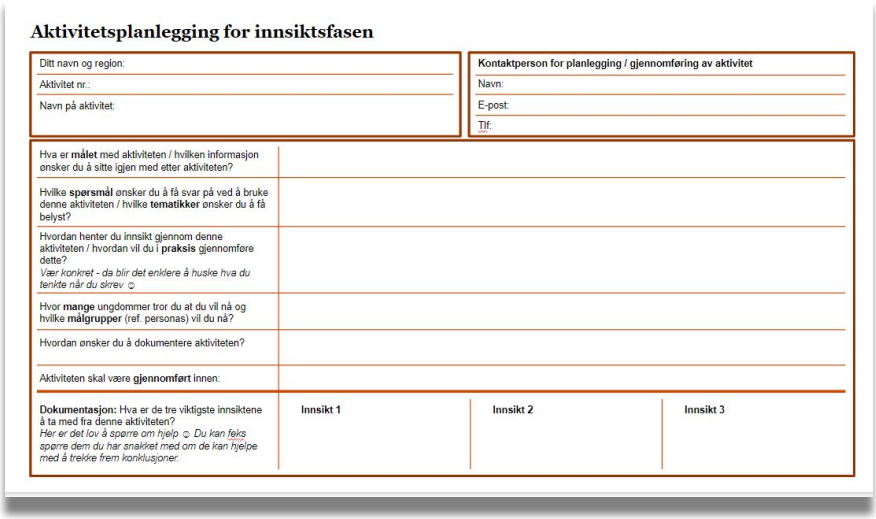
INNSIKT

Kunstgalleri og gruppearbeid

Vi benyttet metoden Kunstutstilling for at ungdommene skulle bli godt kjent med personasene. Alle personasene ble hengt opp langs veggene og øvelsen gikk ut på at ungdommene gikk rundt for å observere, lese og ta notater rundt tanker og ideer de fikk underveis. Ungdommenes refleksjoner i kunstutstillingen ble så tatt med videre inn i et gruppearbeid, der alle skulle lage sin egen innsiktsplan for arbeidet videre.

Hensikten var at hver enkelt skulle ha en konkret plan for arbeidet når de kom hjem fra samlingen. Hvilke konkrete aktiviteter skulle de iverksette for å få ulik innsikt, når skulle det gjøres og hvordan skulle det gjøres? Dette arbeidet ble så fulgt opp fram til fase 3, som handlet om å designe forslag til ny politikk basert på den innsikten ungdommene hadde hentet inn.

> Lag tid og rom for refleksjon



Aktivitetsplanlegging for innsiktsfasen

Ditt navn og region: Aktivitet nr.: Navn på aktivitet:	**Kontaktperson for planlegging / gjennomføring av aktivitet** Navn: E-post: Tlf:

Hva er **målet** med aktiviteten / hvilken informasjon ønsker du å sitte igjen med etter aktiviteten?	
Hvilke **spørsmål** ønsker du å få svar på ved å bruke denne aktiviteten / hvilke **tematikker** ønsker du å få belyst?	
Hvordan henter du innsikt gjennom denne aktiviteten / hvordan vil du i **praksis** gjennomføre dette? *Vær konkret - da blir det enklere å huske hva du tenkte når du skrev ☺*	
Hvor **mange** ungdommer tror du at du vil nå og hvilke **målgrupper** (ref. personas) vil du nå?	
Hvordan ønsker du å dokumentere aktiviteten?	
Aktiviteten skal være **gjennomført** innen:	

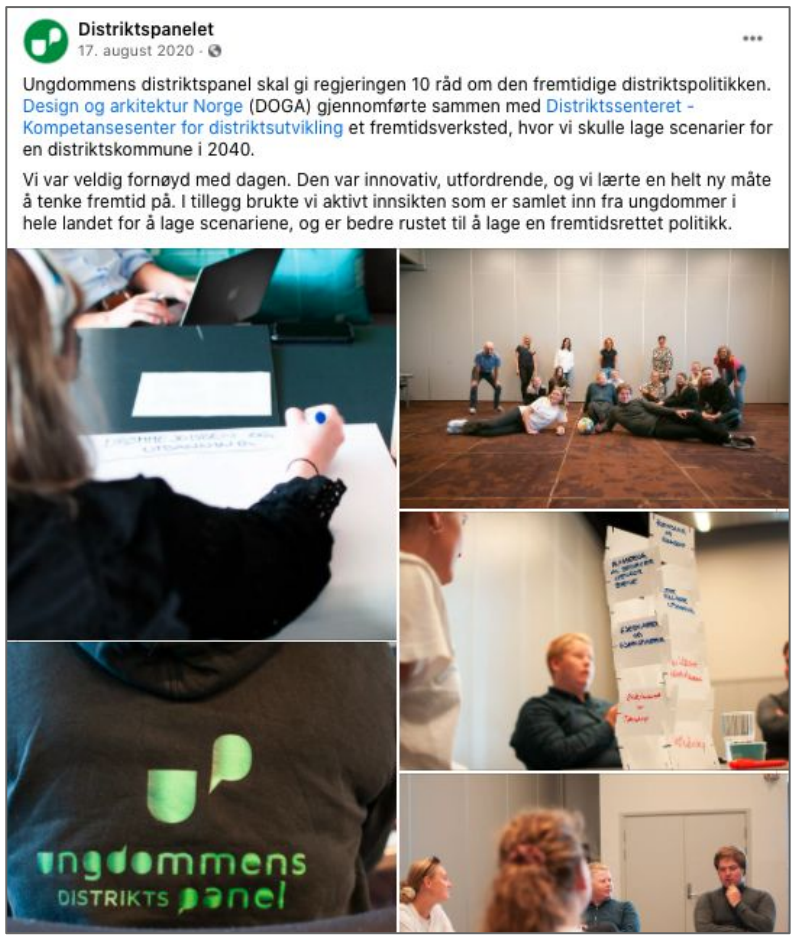
Dokumentasjon: Hva er de tre viktigste innsiktene å ta med fra denne aktiviteten? *Her er det lov å spørre om hjelp ☺ Du kan feks spørre dem du har snakket med om de kan hjelpe med å trekke frem konklusjoner.*	**Innsikt 1**	**Innsikt 2**	**Innsikt 3**

INNSIKT

Innsamling av innsikt

Alle ti ungdommene, med ansvar for hvert sitt fylke, gikk bredt ut blant ungdom, ungdomsråd og -grupper, politikere og organisasjoner for å innhente innsikt. Det ble tatt i bruk en bred variasjon av metoder som blant annet intervju, møter, deltakelse på samlinger og utsendelse av spørreundersøkelse. SoMe ble også brukt mye, for å nå ut på de plattformene man kunne treffe ungdommene digitalt.
All innsikt ble samlet i Mural (se vedlegg).

Da koronapandemien traff landet i mars 2020 måtte arbeidsprosessene i panelet endres. De fleste møter og samlinger ble digitale og ungdommene klarte på en imponerende måte å snu seg rundt og gjennomføre de resterende aktivitetene i prosjektet på en annerledes, med god måte.



Design av forslag til ny politikk

I fase 3 ble ungdommene i panelet bedt om å samle sammen den innsikten de hadde fått, og gruppere dem til forslag for hva som kan være gode råd til distriktspolitikken. I denne fasen ble løsningsrommet utforsket med utgangspunkt i innsikten ungdommene hadde fått og de definerte brukerbehovene.

Fasen startet med at ungdommene presenterte sitt arbeid fra innsiktsfasen til resten av gruppen. Det ble oppfordret til å dele de mest inspirerende historiene, de som festet seg ekstra godt, som gjorde ungdommene nysgjerrige og som bekreftet eller avkreftet deres antagelser. Deretter ble ungdomspanelet delt inn i grupper, med hver sin mentor fra Distriktssenteret, der de sammen skulle definere distriktsungdommens overordnede behov.

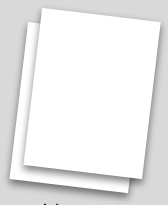
Gjennom gruppearbeid og god sparring ble det utarbeidet forslag til ny politikk med utgangspunkt i innsikten som var samlet inn. Løsningsforslagene som ble utviklet resulterte i en lang liste med forslag som ungdommene senere fikk testet ut og fått tilbakemeldinger på.
Den store mengden innsikt gjorde at Distriktssenteret gav oppdraget med sammenstilling til Ruralis, Anders Melås.

Gruppeøvelse

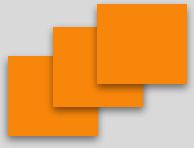
Definere distriktsungdommens overordnede behov

- ➔ Gjennomgå dokumentasjon fra innsiktsarbeidet med gruppen din. Gjenbesøk personasene og annen dokumentasjon.
- ➔ Diskutere og sammenstille de topp 10-20 viktigste behovene til de dere har snakket med på separate post-its.
- ➔ Diskutere hvilke overordnede tema/kategorier behovene har (slå gjerne sammen behov under samme kategori)

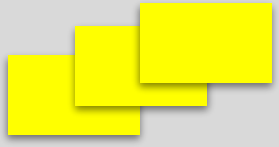
Verktøy



Notater



Post-its



Store post-its

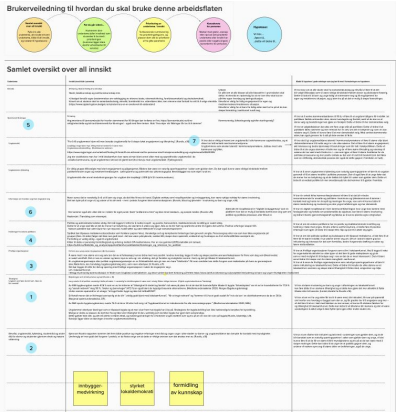
"Jeg har behov for..."
"Vi skulle ønske oss..."

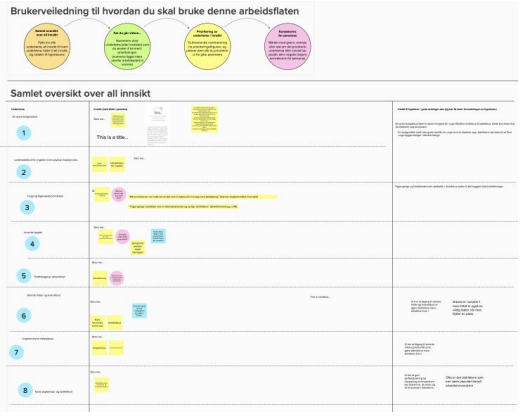
DESIGN AV FORSLAG TIL NY POLITIKK

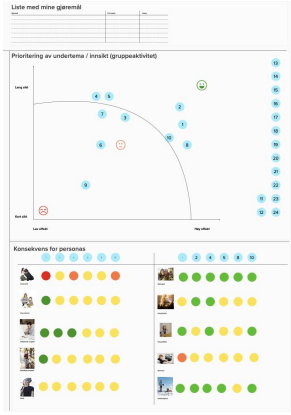
Fra innsikt til behovsgrupper

I fasen med design av forslag til ny politikk jobbet ungdommene i det digitale verktøyet Mural. De fikk utdelt en mal hvor de skulle lage en oversikt over all innsikt, prioritere de viktigste innsiktene, overveie konsekvens for personasene, samt begynne å formulere setninger til forslag til ny politikk. Mural er et verktøy egnet til digital samhandling, og kan oppbevare store mengder data. Ungdommene hadde fått tildelt en kategori for ny politikk hver (f.eks. digitalisering, utdanning, næringsliv osv.) og med utgangspunkt i den samlede innsikten for hver kategori ble det utviklet behovsgrupper, det vil si at lignende behov ble slått sammen til mer overordnede grupper. På denne måten ble prioritering av behov lagt til rette for.

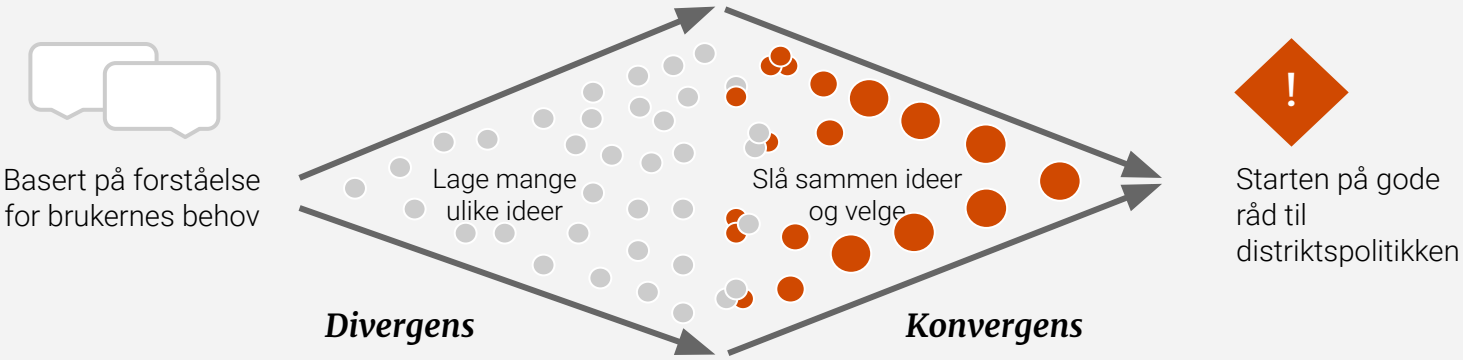
Utklipp fra arbeidsflater i Mural. Se vedlegg for fullstendig dokumentasjon.







Nå skal vi bli konkret og jobbe oss nærmere gode råd



DESIGN AV FORSLAG TIL NY POLITIKK

Fra behovsgrupper til konkrete forslag

På dette stadiet i en designprosess har man som regel veldig mange ideer basert på den innsikten man har samlet inn. Det er i seg selv bra, men også et problem. Man kan ikke gå videre med alle ideene - det må prioriteres og det må legges en plan for veien videre. «Kunstutstilling» er et verktøy for å vurdere alle ideer, og vurdere hvilke man ønsker å gå videre med. Det er også en metode som muliggjør en mer objektiv vurdering, for å unngå å ta valg «man tror vil falle i god jord». Ved gjennomføringen av "Kunstutstilling" ble all innsikt hengt opp på veggen og ungdommene fikk gå rundt og reflektere og skrive notater før de diskuterte i plenum.

Gruppeøvelse

Kunstutstilling

Sett dere i gruppene

- ➔ Bli kjent med prioriteringene gjort for gjeldende kategori
  - ◆ Hva er de viktigste innsiktene?
  - ◆ Er det noen interessante innsikter som ikke har blitt med i prioriteringen?
  - ◆ Hvordan er personasene dekt?

Nå skal innsikt omsettes til ideer for hvordan løsningen skal se ut, og i dette tilfellet forslag til ny politikk. Målet var å komme frem til gode, helhetlige forslag som svarer på uttalte og latente behov fra ungdommene i Norge. Idéene utvikles dermed basert på funn og mulighetsrom identifisert i innsiktsfasen.

"Crazy 8" er en anerkjent designmetodikk for å strukturert komme frem til mange ideer, ved hjelp av begrenset tid og tydelig omfang for oppgaven. I dette tilfelle ble det gjennomført en "Crazy 8" per hovedkategori (til sammen ni kategorier), og dermed en lang liste med forslag til ny politikk man kan ta med videre i arbeidet.

Gruppeøvelse

Idégenerering: Crazy 8

Sett dere i gruppene

- ➔ Alle sammen finner hver sin penn og ark, og brett arket 3 ganger
- ➔ En idé per rute
- ➔ Klar, ferdig, GÅ! - du har 8 minutter på å fylle arket med 8 forskjellige ideer.
- ➔ Del med gruppen (1 minutter/person), på overordnet nivå
- ➔ Til slut: velg de beste ideene

Husk:

- ➔ *Kvantitet over kvalitet!*
- ➔ *Ingen dumme ideer!*

DESIGN AV FORSLAG TIL NY POLITIKK

Storyboarding og formidling

Det er vanlig at en samling av idéer danner grunnlag for konsepter som i dette tilfellet omtales som “forslag til ny politikk”. Hver samling av idéer består her av et mer konkret forslag til utforming av ny politikk – slik at det enkelt kan diskuteres med ungdom eller politikere berørt av området. Ofte utvikles flere konsepter parallelt. Konsepter kan ha mange ulike uttrykk. Noen konsepter vises best som tiltakslister, metoder eller prosesser for å møte et fremtidig behov. Andre konsepter formidles best som scenarier og skisser.

Gruppeøvelse

Storyboarding av forslag til ny politikk

Jobb i samme grupper som tidligere

- ➔ Velg 1 idé fra forrige øvelse
- ➔ Beskriv ideen som en rekke med opplevelser for distriktsungdommen (hvordan opplever distriktsungdommen forslag til ny politikk fra start til slutt)
- ➔ Prøv å detaljere 8 “boards”
- ➔ Presenter for den andre gruppa og diskuter (2 min presentasjon per gruppe)

Hvert nye forslag til ny politikk som blir utarbeidet må formuleres til en presentasjon, så den enkelt kan formidles, samt at vi sikrer at alle formidlere har samme budskap ved for eksempel gjennomføring av testing.

I dette tilfellet ble det laget en presentasjon for hvert forslag, som først beskrev overordnet hva forslaget handlet om, deretter hvilke tiltak som skal til og hvilke forutsetninger som må være på plass for at forslaget blir realisert. Se neste side for et eksempel fra en av presentasjonene som ble lagd.

Gruppeøvelse

Lag en presentasjon av alle forslag til ny politikk

Jobb i samme grupper som tidligere

- ➔ Diskuter i plenum hvordan vi ønsker å presentere forslagene til ungdommene (Mural, ppt, word, ark?)
- ➔ Bygg opp en presentasjon som beskriver forslaget
  - ◆ Hva er forslaget til ny politikk
  - ◆ Hvilke tiltak anbefales for å realisere forslaget
  - ◆ Hvilke forutsetninger må være på plass
  - ◆ Hvem er målgruppen (premissleverandører, personas)
- ➔ Vis presentasjonene i plenum (1 minutt per konsept)

Husk:

- ➔ *Tenk “Hva, Hvorfor, Hvordan”*
- ➔ *Tenk på å få frem verdiskapingen i forslaget*
- ➔ *Prøv å få frem hvordan vi med dette forslaget kan endre politikken*

DESIGN AV FORSLAG TIL NY POLITIKK

Forslag til ny politikk ble beskrevet med personas, tiltak og forutsetninger

Forslag til ny politikk: Statsråd for bærekraft

Kaja, 27 år, bor i Ytterberg som er et lokalsamfunn på Vestlandet. Hun bor på et småbruk og driver en turistvirksomhet sammen med to andre unge personer. De tilbyr guiding til turistene i nærområdet, og dette er en vekstnæring.

Overskriftene i de lokale media handler om nye vegløsninger, tilrettelegge for hyttebygging på nye områder, og salg av melkekvoter.

Kaja tilbyr livskvalitet og det gode liv, og mener at hennes tilbud ikke blir det samme dersom nærområdet blir nedbygd. Hun etterlyser en offentlig debatt hvor forvaltning av natur, bevaring av kulturarv og lokal medvirkning står i sentrum. Hun ser behovet for at arbeidet koordineres og vurderes helhetlig.

NATURRESSURSER

Forslag til ny politikk: Statsråd for bærekraft

Tiltak for å realisere konseptet:

- Ansettelse i alle kommuner, evnt interkommunalt samarbeid
- Etablere gode fagmiljø på tvers av sektorer
- Ta i bruk nye arbeidsmåter nasjonalt og lokalt der dialog legges til grunn

NATURRESSURSER

Forslag til ny politikk: Statsråd for bærekraft

Forutsetninger som må være på plass:

- Regjeringen har egen statsråd som skal koordinere regjeringens arbeid for å nå FN sine bærekraftsmål innen 2030
- Statsråden skal arbeide sektorovergripende
- Gjennom Stortingets behandling av Bærekraftsmeldingen som ble lansert våren 2021, ble det gjort vedtak på at det skal være en bærekraftskoordinator i alle kommuner, evnt interkommunalt samarbeid
- Stortinget øremerker midler i 20 år til koordinatorene

NATURRESSURSER

Testing og tilbakemelding

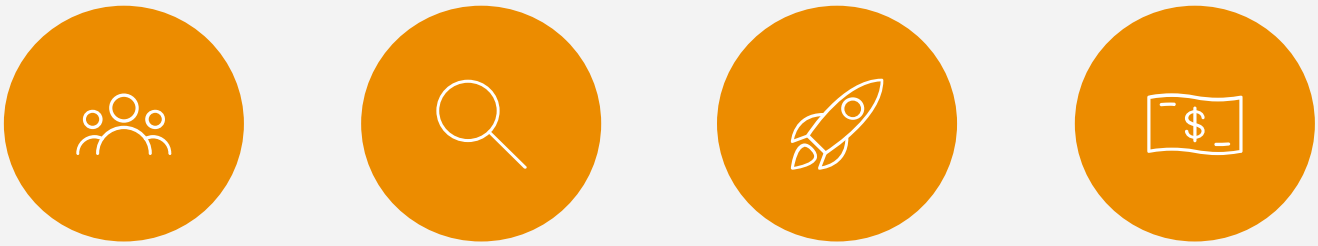
I fase fire skulle ungdommene forberede arbeidet med testing og tilbakemelding på forslag til ny politikk. Målet med testing er å utforme hele eller deler av løsningen slik at denne kan prøves ut sammen med sluttbrukerne for å bekrefte eller avkrefte distriktspanelets antagelser. Testing kan brukes til å utforske hva en idé egentlig betyr i praksis, og til å lære mer om reelle behov, samt å formidle hva vi bør gjøre og hvordan det vil oppleves. I tillegg sikrer testing brukerinvolvering og hjelper oss å avdekke ukjente faktorer, samt avkrefte eller bekrefte retning raskt. Denne fasen bidrar også med å redusere risiko og reduserer mulighetene for at rådene ikke blir tatt til følge.

Ungdommene begynte i denne fasen å utvikle brukertester. Brukertester lages for å hurtig og enkelt kunne prøve ut ideer og løsningsforslag. En brukertest er gjerne første eksemplar av et produkt, og det man faktisk tester på relevante brukere. Hensikten med å lage en brukertest er å få testet ut og demonstrert produktet før det settes i produksjon, eller som i dette tilfellet, teste ut forslag til ny politikk før det blir foreslått og iverksatt.

Hensikten med å lage tidlige versjoner av ungdommenes løsningsforslag var å utforske hva en idé egentlig betyr i praksis, og ikke minst lære mer om hva som egentlig trengs for å virkelig treffe med forslagene til ny distriktspolitikk.

Så, hvorfor tester vi?

DET ER SKIKKELIG MORO!



1 *Sikrer involvering av brukere i utvikling*

2 *Avdekker ukjente faktorer*

3 *Avkrefter eller bekrefter retning raskt*

4 *Redusere muligheten for at råd ikke tas til følge*

TESTING OG TILBAKEMELDING

Vi bruker brukertesting til å...

Utforske
hva en idé egentlig betyr i praksis

Lære
(mer) om hva som egentlig trengs

Formidle
hva vi bør gjøre og hvordan det vil oppleves

TESTING OG TILBAKEMELDING

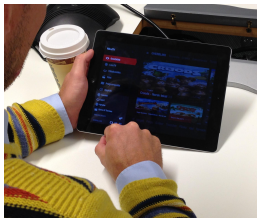
Noen eksempler på hvordan lage brukertester

Skisser og storyboards

+ Ekstremt raskt
+ Billig
+ Gjør det lettere å få innspill på en hel brukerreise

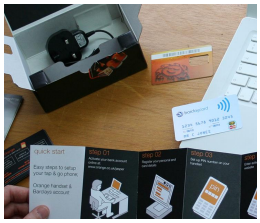
Papirtester

+ Raskt og billig
+ Tester funksjonalitet og flyt
+ Svært lett å endre (underveis)



Klikkbare tester

+ Realistisk testing av digitale løsninger
+ Gir pålitelige observasjoner av hva folk gjør



“Evidencing”

+ Tester opplevelsen av “at tjenesten finnes”
+ Gjør ideer håndfaste og lettere å få innspill på

Rollespill

+ Lar oss prøve ut møter mellom mennesker
+ Prøver ut hvordan nye roller eller arbeidsprosesser oppleves i en “ufarlig” sammenheng

Pilot

+ Gir mye læring om hva det krever å levere en ny eller forbedret tjeneste
+ Involverer ansatte og brukere tidlig
+ Kan gi bevis for at løsningen er ønskelig og bærekraftig

TESTING OG TILBAKEMELDING

Prioritering og planlegging

I denne fasen foregikk samlingen med distriktspanelet i Alta, hvor ungdommene gjennomgikk alle forslag til ny politikk, diskuterte form og omfang for sluttleveransen, og begynte å forberede testing av forslag til ny politikk. I forberedelsene ble det bestemt hvem som skulle teste hvilke forslag, hvem forslagene skulle testes på, og hvordan de skulle testes. Alle ungdommene fikk hver sine ansvarsområder, og det ble laget en felles spørreundersøkelse og presentasjon som skulle brukes på tvers.

På siste dag i Alta fikk ungdommene gjennomføre en prøvekjøring på testopplegget med det regionale ungdomsrådet i Nord-Troms og ordfører i Alta, Monica Nilsen. Ungdommene valgte to forslag til ny politikk som de presenterte og fikk tilbakemeldinger på. Et godt grunnlag ble lagt for at ungdommene kunne fortsette testingen på egen hånd når de kom hjem.

Gruppeøvelse

Hvem skal vi teste på, og hvordan?

Jobb sammen i grupper på to eller tre + en mentor

- ➔ Mentor presenterer Distriktssenterets liste med aktuelle aktører forslagene kan testes på
- ➔ Gruppen diskuterer listen og om det evt kan være flere
- ➔ Bruk malen og fyll ut:
  - ◆ Hvem dere ønsker å teste de ulike forslagene på
  - ◆ Hvordan dere ønsker å teste
  - ◆ Hvilke spørsmål ønsker dere å stille

Forslag til ny politikk	Hvem skal forslagene testes på?	Hvordan ønsker dere å teste? (arena / metode)	Hvilke spørsmål ønsker dere å stille?

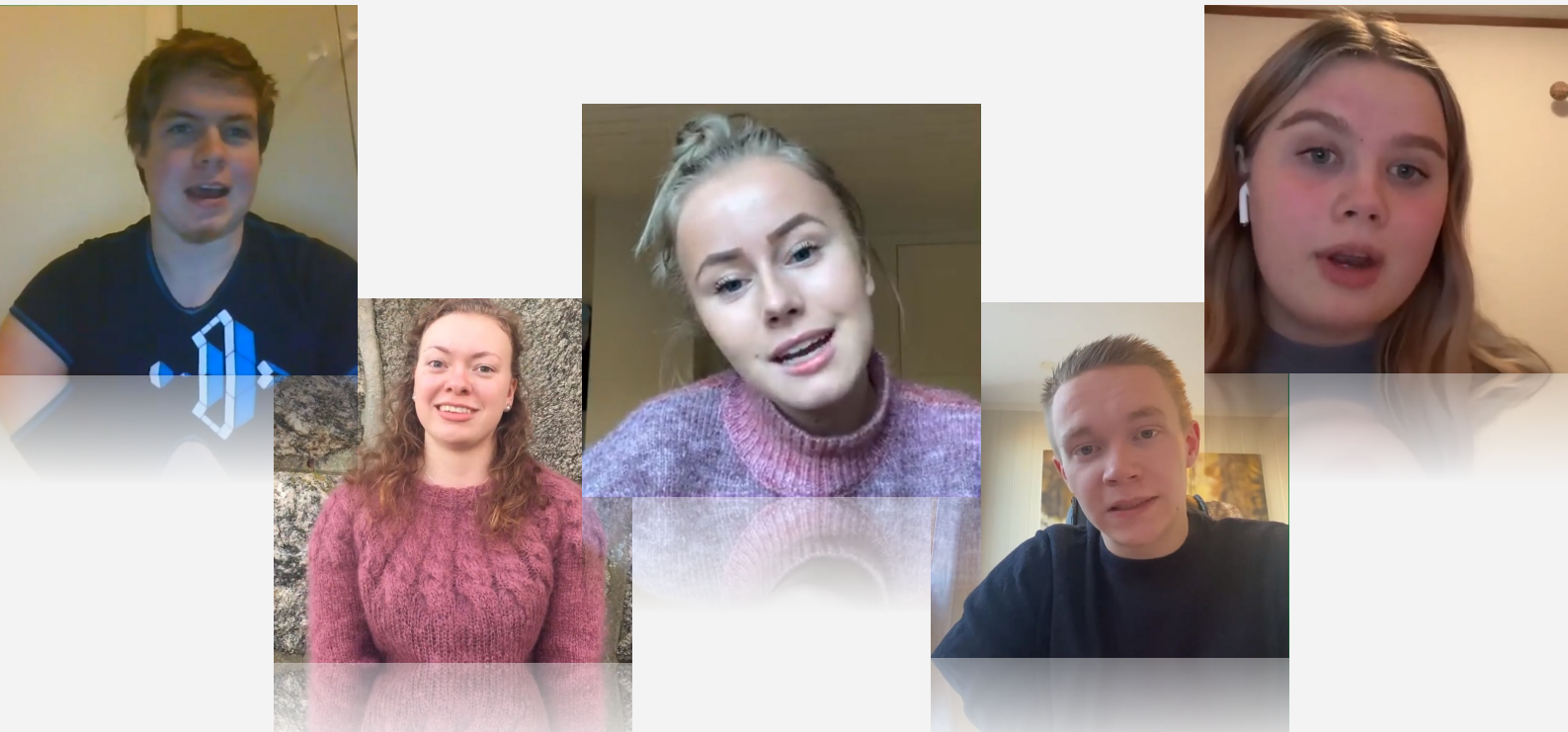
TESTING OG TILBAKEMELDING

Innhenting av tilbakemeldinger

Det ble sendt ut en oppfordring til alle landets ungdomsråd, ordførere, nasjonale barne- og ungdomsorganisasjoner og videregående skoler om å komme med tilbakemeldinger på distriktspanelets råd til regjeringen om ny distriktspolitikk. Tilbakemeldingene skulle gis via distriktspanelets nettside og følgende fire spørsmål skulle besvares:

- Er det noe ved disse forslagene som bør endres?
- Hva kan du gjøre for at denne politikken skal bli gjennomført?
- Hvilke andre aktører mener du/dere må involveres for at politikken skal bli gjennomført?
- Vil forslagene få flere unge til å bosette seg i distriktene?

Alle de 10 medlemmene i Ungdommens distriktspanel spilte også inn hver sin video der de kom med en oppfordring om å gi tilbakemelding på rådene og alle videoene ble publisert på distriktspanelets Facebookside.



Justere og ferdigstille

Siste fasen i tjenestedesignmetodikken handler om å justere og ferdigstille. Her ble innspillene fra tidligere i prosessen brukt for å kalibrere sluttresultatet og sørge for at det treffer målgruppen godt.

Ungdommens distriktspanel fikk mange gode tilbakemeldinger fra hele landet, både fra politikere, kommuner, organisasjoner og ungdomsråd, inkludert flere ungdomsråd fra bydeler i Oslo. Disse tilbakemeldingene ble brukt til å tilpasse rådene og gjøre dem enda mer treffsikre. Ungdommene jobbet mye med å svare ut tilbakemeldingene som kom inn og hva disse tilbakemeldingene ville bety for justering av råd. Når alle tilbakemeldingene var gjennomgått og rådene var justert, var resultatet ti råd til regjeringen om framtidens distriktspolitikk.

Denne fasen ble også brukt til å forberede presentasjon av disse ti rådene. Ungdommene var enig om at det var viktig at deres råd ble godt kjent og godt mottatt. Derfor brukte panelet god tid på å diskutere hvilken form sluttleveransen burde ha, hvordan man ønsket å overlevere rådene og hvordan man kunne skape størst effekt ved overlevering.

Ti råd om framtidens distrikspolitikk ble overlevert til Regjeringen 26.04.21. I tillegg ble arbeidet og rådene lagt ut på panelet sine sosiale media-kanaler.

Tilbakemeldinger fra:

- Organisasjoner og enkeltpersoner i alle landets fylker
- Leder i NHO
- Leder i LO
- Leder i KS
- Ordførere
- Leder av regionråd
- Samferdselsminister Knut Arild Hareide
- Arbeids- og sosialminister Torbjørn Røe Isaksen
- Distrikts- og digitaliseringsminister Linda Hofstad Helleland
- Kommunal- og moderniseringsminister Nikolai Astrup
- Forsknings- og høyere utdanningsminister Henrik Asheim
- Klima- og miljøminister Sveinung Rotevatn
- Flere videregående skoler rundt om i landet

© 2018 PwC. All rights reserved. Not for further distribution without the permission of PwC. “PwC” refers to the network of member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL), or, as the context requires, individual member firms of the PwC network. Each member firm is a separate legal entity and does not act as agent of PwCIL or any other member firm. PwCIL does not provide any services to clients. PwCIL is not responsible or liable for the acts or omissions of any of its member firms nor can it control the exercise of their professional judgment or bind them in any way. No member firm is responsible or liable for the acts or omissions of any other member firm nor can it control the exercise of another member firm’s professional judgment or bind another member firm or PwCIL in any way.

Vedlegg

Personas

Innvandrer
Halima, 16 år

Foto:
Mostphotos

Bakgrunn

Halima er 16 år og kommer fra Tyrkia. Hun kom flyttende til Nord-Norge sammen med sine foreldre og 3 eldre brødre når hun var 2 år. Halima og hennes brødre snakker flytende norsk, mens foreldrene har lite utdanning og foretrekker fortsatt å snakke tyrkisk hjemme.

Halima elsker popmusikk, grillet kylling og å gå turer med familiens hund. Halima er glad i fotball, men hverken hun eller hennes beste venninner er så veldig gode, så fotballtreninger blir nedprioritert for andre aktiviteter.

Når Halima blir stor ønsker hun å bli dyrlege, og håper hun kommer inn på studier i Oslo.

Hobbyer

Venner

Fotball

Sang

Sitater

"Håper jeg har gode nok karakterer til å komme inn på dyrlegestudier"

"Kunne ønske det var flere fotballag å spille på, så man ikke behøver å være en av de beste hele tiden"

Ung mamma
Johanne, 18 år

Foto:
Mostphotos

Bakgrunn

Johanne er 18 år, singel alenemor, og går siste året på Helse- og omsorg på videregående skole. Hun ble mor til lille Noa for to år siden, og har ikke tid til så mye annet enn å oppdra Noa og prøve å gjøre det godt nok på skolen. Rune er Noas pappa, men er veldig opptatt med fotball, venner og forberedelser til russetiden, og hjelper til med å passe Noa mest i helgene.

Johanne er usikker på hva hun vil gjøre etter videregående. Heldigvis er Johannes foreldre behjelpelige med Noa, men det blir vanskelig å flytte etter jobbtilbudene, og der hun bor nå er det begrenset med ledige stillinger.

Hobbyer

Venner

Skjønnlitteratur

Serier

Sitater

"Jeg vet ikke hva jeg skulle gjort hvis mamma og pappa ikke hadde vært her og stilt opp for meg"

"Utdanningen jeg ønsker å ta er ni timer unna med bil, så det tror jeg nok blir umulig å få til"

Personas

Utflyttende ungdom
Ola, 19 år

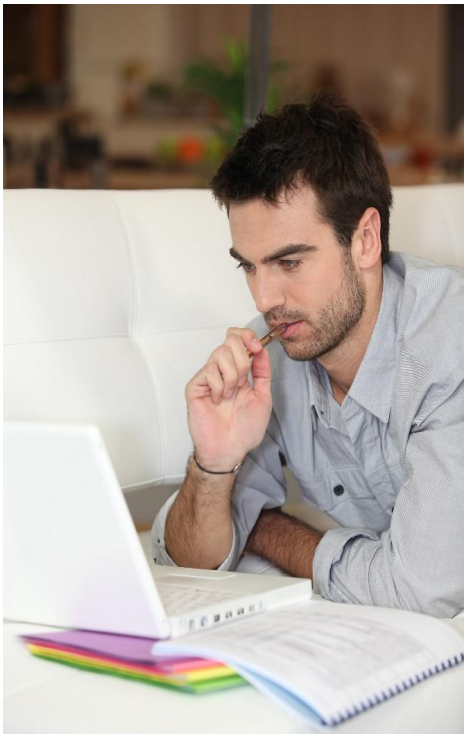


Foto: Mostphotos/Angel Nieto

Bakgrunn

Ola er 19 år, og går første året på sin utdannelse hvor han studerer digitalisering og robotikk. Han jobber for øyeblikket med en prosjektoppgave, hvor han skriver om utvikling av sensorikk i proteser. Han brenner veldig for faget, og er allerede i kontakt med flere virksomheter som ønsker å ansette Ole etter endt studie.

Ola kommer fra en liten kommune, og tenker at han blir nødt til å bosette seg i en by med nok tilbud om utfordringer og utvikling. Han har mange venner der han kommer fra og er veldig familiekjær, så han håper det passer å flytte tilbake dit om ikke altfor lenge.

Hobbyer

Dataspill

Matlaging

Serier

Sitater

"Jeg ønsker å utvikle det beste proteseproduktet i verden"

"Håper jeg får tid og penger til å ofte besøke mine foreldre og venner når jeg flytter"

Hjemflytta ungdom
Sandra, 24 år

Foto: Mostphotos

Bakgrunn

Sandra er 24 år, og har bodd fem år i København hvor hun tatt hele sin utdanning innenfor design og håndverk. Sandra er veldig glad i fjellturer og norsk natur, og ønsker nå å flytte hjem til Norge hvor hun også kommer nærmere sine venner og familie.

Sandra er en aktiv person og har engasjert seg i flere frivillige organisasjoner opp gjennom årene. Nå ønsker hun å starte egen bedrift hvor hun designer og lager egne smykker. Drømmen ville vært å flyttet hjem til der hun vokste opp, men hun tror ikke en nyoppstartet bedrift kommer til å overleve lenge der.

Hobbyer

Foto

Natur

Jakt

Sitater

"Jeg ønsker å gi hele Norge en smak av dansk design gjennom mine smykker"

"Det er vanskelig å bestemme meg for hvilken by jeg skal flytte til. Jeg ender nok opp med å flytte til en av storbyene, selv om jeg ikke kjenner noen der..."

Personas

Skeiv
Trond, 16 år

Foto: Mostphotos/Jovica Varga

Bakgrunn

Trond er 16 år og homofil. Han kom ut av skapet for 6 måneder siden. Dette var en tøff prosess, da flere i hans familie hadde vært negative overfor homofile i hele hans oppvekst.

Han føler han er den eneste homofile i hele bygda og føler seg derfor litt alene.

Trond elsker fotball, og har spilt på det lokale fotballaget siden han var 7 år. Etter at han kom ut som homofil har han også blitt politisk interessert og ønsker å kjempe for homofiles rettigheter. Han elsker musikk,og bruker mye tid på gutterommet med Rammstein på full guffe. Han går med en liten drøm om å etablere et hardrockband, der han kan spille gitar.

Hobbyer

Fotball

Musikk

Politikk

Sitater

"Jeg skulle ønske homofile bare kunne bli akseptert sånn som de er"

"Det er deilig å forsvinne inn i hardrockmusikkens verden når ting blir litt vanskelig. "

Odelsgutt
Oddbjørn, 22 år

Foto: Mostphotos/Volodymyr Melnyk

Bakgrunn

Oddbjørn er 22 år og utdannet fra Norges miljø- og biovitenskapelige universitet på Ås. Bærekraftig utvikling og det grønne skifte er grunnleggende i all hans tenking og handling.

Han er oppvokst på en gård i Hedmark og det har hele tiden vært planen at han skal ta over driften på gården når han var ferdig utdannet.

På universitetet traff han Guri, som også er 22 år gammel, og utdannet økonom, men ikke fått jobb i hjembygda til Oddbjørn. Guri er gravid og paret venter sitt første barn om 4 måneder.

Om 2 måneder går flyttelasset fra Ås til hjemkommunen til Oddbjørn. Kårhuset på gården er pusset opp, og både Oddbjørn og Guri gleder seg til å ta fatt på en ny del av livet.

Hobbyer

Dyr

Scooter

Jakt

Sitater

"Jeg håper Guri finner en jobb som passer hennes utdannelse slik at hun vil trives i hjembygda mi"

"Mon tro om barnet vårt ønsker å ta over gården slik jeg har gjort..."

Personas

Ung gründer
Lise, 16 år

Foto:
Mostphotos

Bakgrunn

Lise er 16 år og kommer fra en liten kommune på Vestlandet. Hun flyttet på hybel for 1 ½ siden, for å gå på videregående skole i nabobygda. Hun begynte på Medier og kommunikasjon, fordi hun alltid har elsket å ta bilder og lage film. Drømmen er å bli fotograf.

Rett før jul på andre året innså hun at det ble for mye teori, og hun bestemte seg for å slutte og flyttet hjem igjen og inn på pikerommet til moren.

Hun vurderer å melde seg på etablererkurs og søke innovasjon Norge om etablererstøtte og starte bedriften Lise's Foto&film AS. Faren har lovet å hjelpe henne med kapital for å komme i gang, men hun er usikker på om hun tør.

Hobbyer

Foto

Film

Skjønnlitteratur

Sitater

"Jeg drømmer om å bli en internasjonalt kjent fotograf"

"Skulle ønsker jeg kunne mer om det å etablere bedrift. Kan jeg lykkes som bedriftseier når jeg ikke klarte å gjennomføre videregående skole? "

Ung politiker
Andrine, 17 år

Foto: Mostphotos/Jan-Erik Kaiser

Bakgrunn

Andrine er 17 år og har vokst opp i en familie hvor moren var hovedtillitsvalgt i fagforbundet og faren satt i kommunestyret. Politikk har alltid blitt diskutert over middagsbordet hjemme hos Lise, og hun begynte tidlig å engasjere seg. Hun ble valgt inn i elevrådet på ungdomsskolen, og så videre i ungdomsrådet i kommunen.

Da hun ble valgt som leder i ungdomsrådet, ble hun kjent med flere engasjerte ungdommer i fylket, og ble etterhvert med i et politisk ungdomsparti i fylket. Her har hun fått mange nye venner og bruker nesten all sin tid etter skolen til politisk arbeid.

Hobbyer

Ski

Politikk

Jakt

Sitater

"Jeg brenner for at ungdom skal ha like muligheter samme hvor de bor. "

"Når man velger å engasjere seg slik som jeg har gjort, må man tåle at folk mener ting om deg og at folk snakker om både deg og familien din "

Personas

Gameren
Øyvind, 17 år

Bakgrunn

Øyvind er 17 år, og har vokst opp i ei lita bygd på Vestlandet. Han har skilte foreldre og to eldre brødre som flyttet hjemmefra når han var liten. Øyvind opplever stress og har angst, noe som har blitt verre de siste årene. Han har mulighet for stor støtte av helsesøster på videregående skole, men helsesøsteren er der sjelden.

Øyvind har ikke så mange venner, og føler ikke han passer inn i de sosiale lag og organisasjoner i bygda. Øyvind finner trygghet i dataspill, og spiller daglig med andre spiller fra hele verden.

Hobbyer

Dataspill

Serier

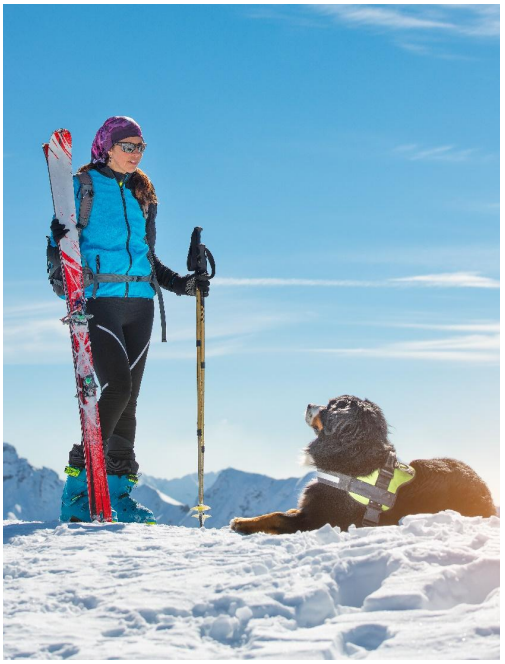
Biler

Sitater

«Jeg kunne ønske det var et større miljø for gaming der hvor jeg bor, så jeg kunne spille med venner»

«Det er ikke alltid like lett å snakke med mamma eller pappa om angsten, og jeg vet heller ikke hvem andre enn helsesøster jeg kan snakke med...»

Stedsvelgeren
Siri, 23 år



Bakgrunn

Siri, 23 år er født og oppvokst i Oslo. Hun har siden hun gikk i barnehagen vært opptatt av friluftsliv, og har etterhvert utviklet seg til en god fjellklatrer. Allerede som 13 åring begynte hun å engasjerer seg i Den Norske turistforeningen, og ble etterhvert også engasjert i flere klima- og miljøorganisasjoner.

Siri utdannet seg til sykepleier i Oslo, men valgte å flytte til Senja fordi hun er veldig opptatt av naturen, fjellene og mulighetene for å drive et aktivt friluftsliv. Siri brenner for klima- og miljøspørsmål, og har i flere år vært med å arrangere søppelinnsamlingsaksjoner, både i kommunen og i fylket.

Hobbyer

Dyr

Natur

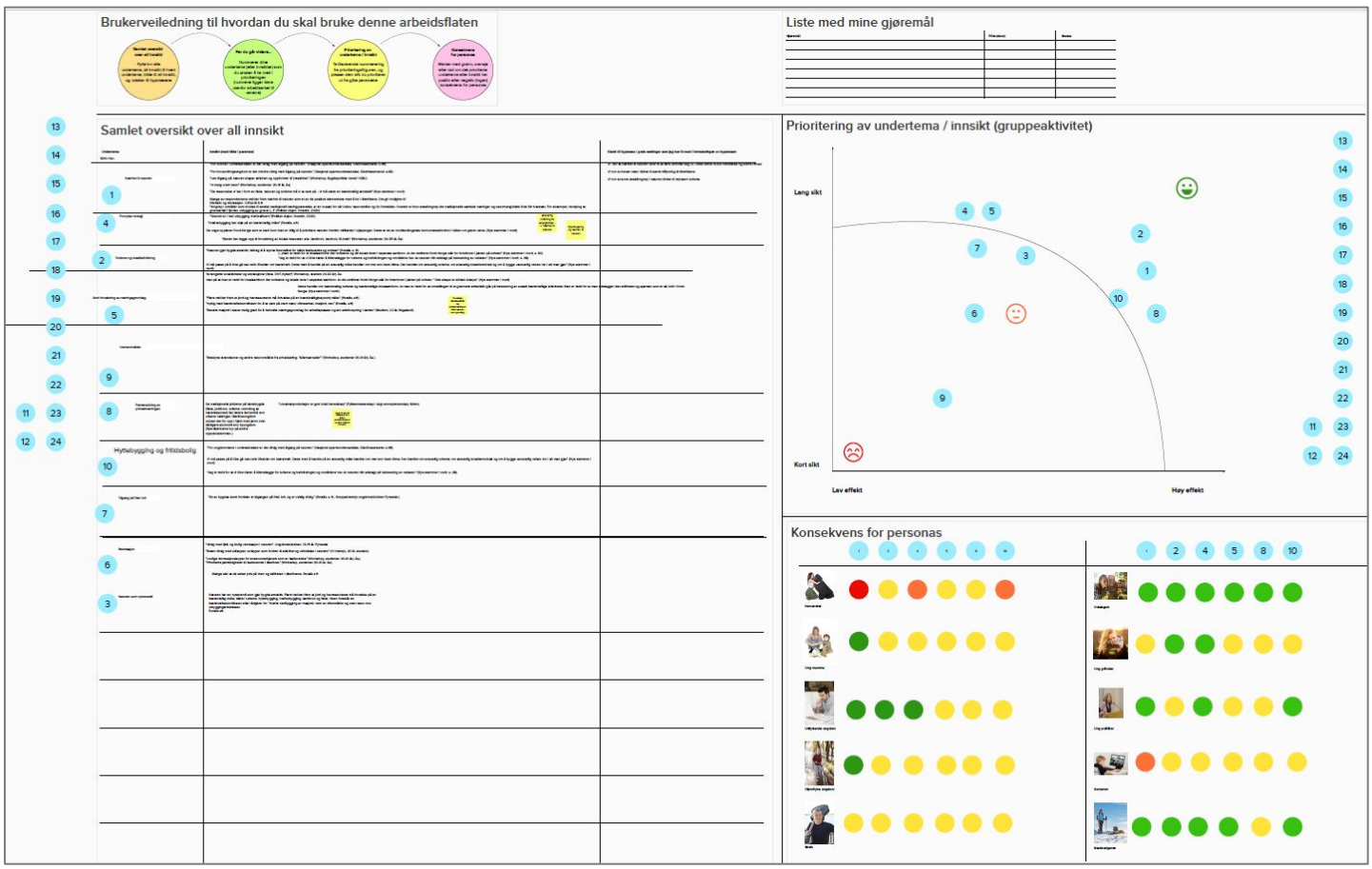
Musikk

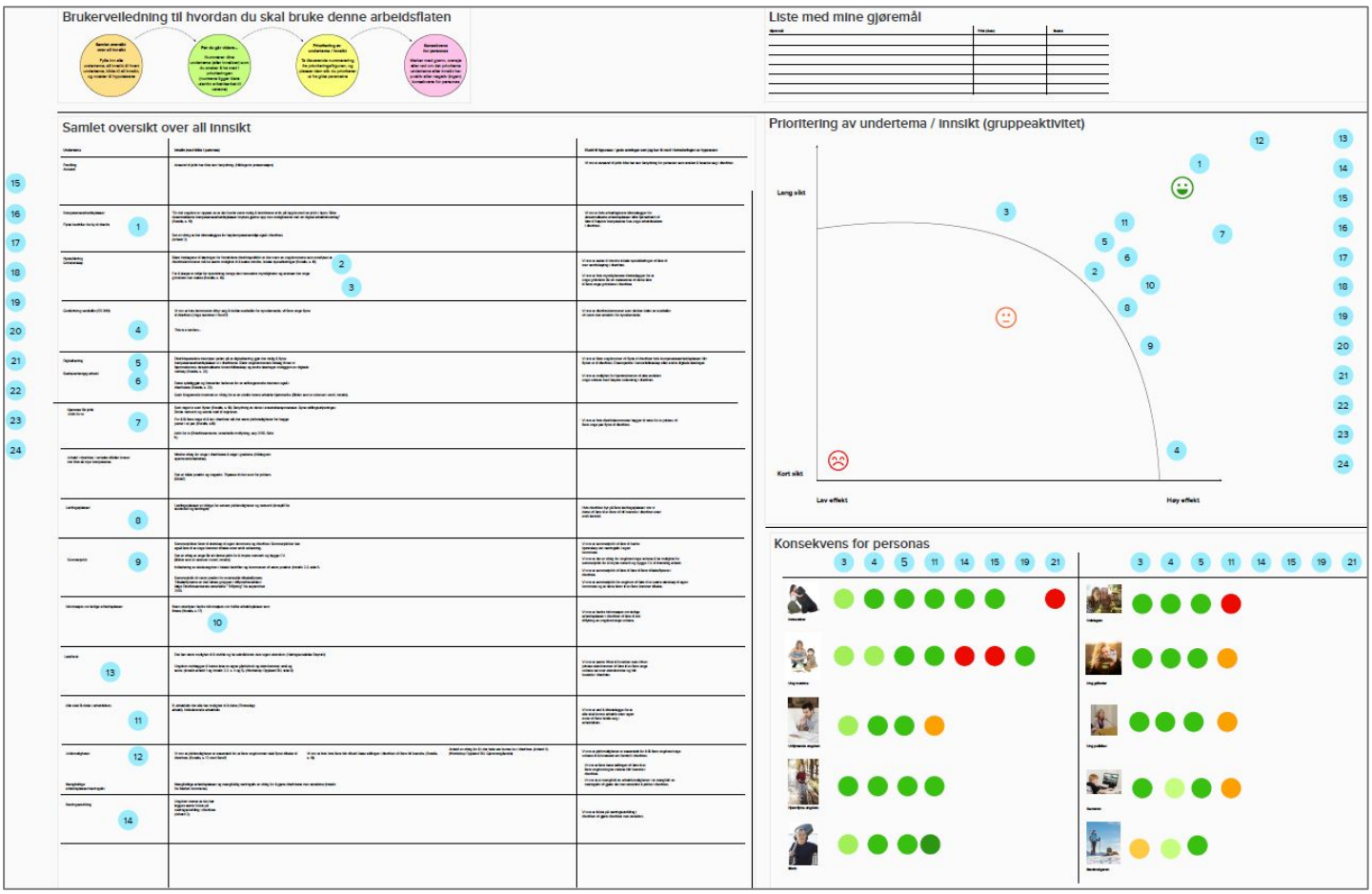
Sitater

"Det var da jeg flyttet til Senja, at jeg fant roen. Her kan jeg klatre i fjellet og drive med aktivt friluftsliv. Det er det viktigste for meg."

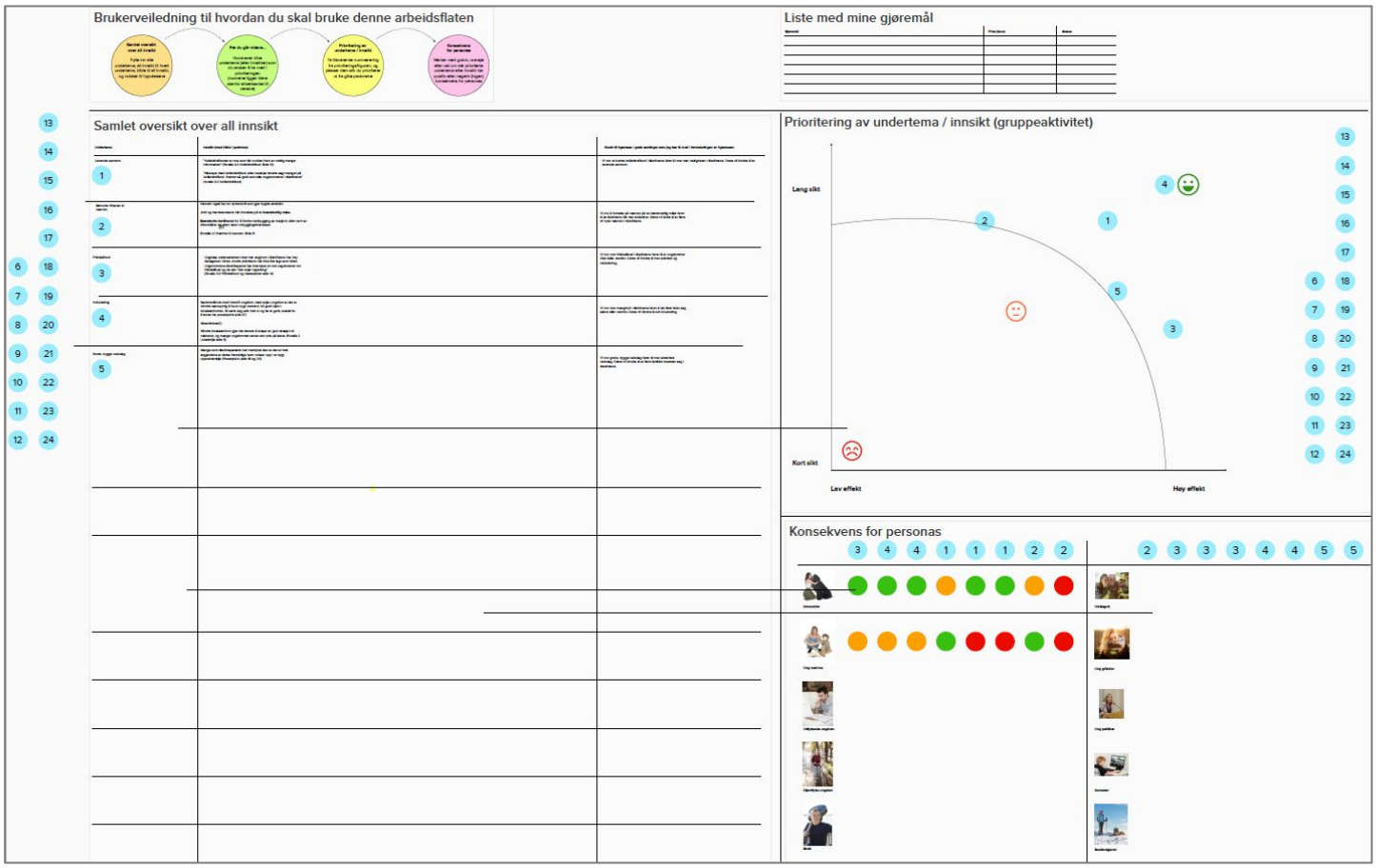
"For meg er det viktig å bidra til å skape en bedre og renere verden for neste generasjon"

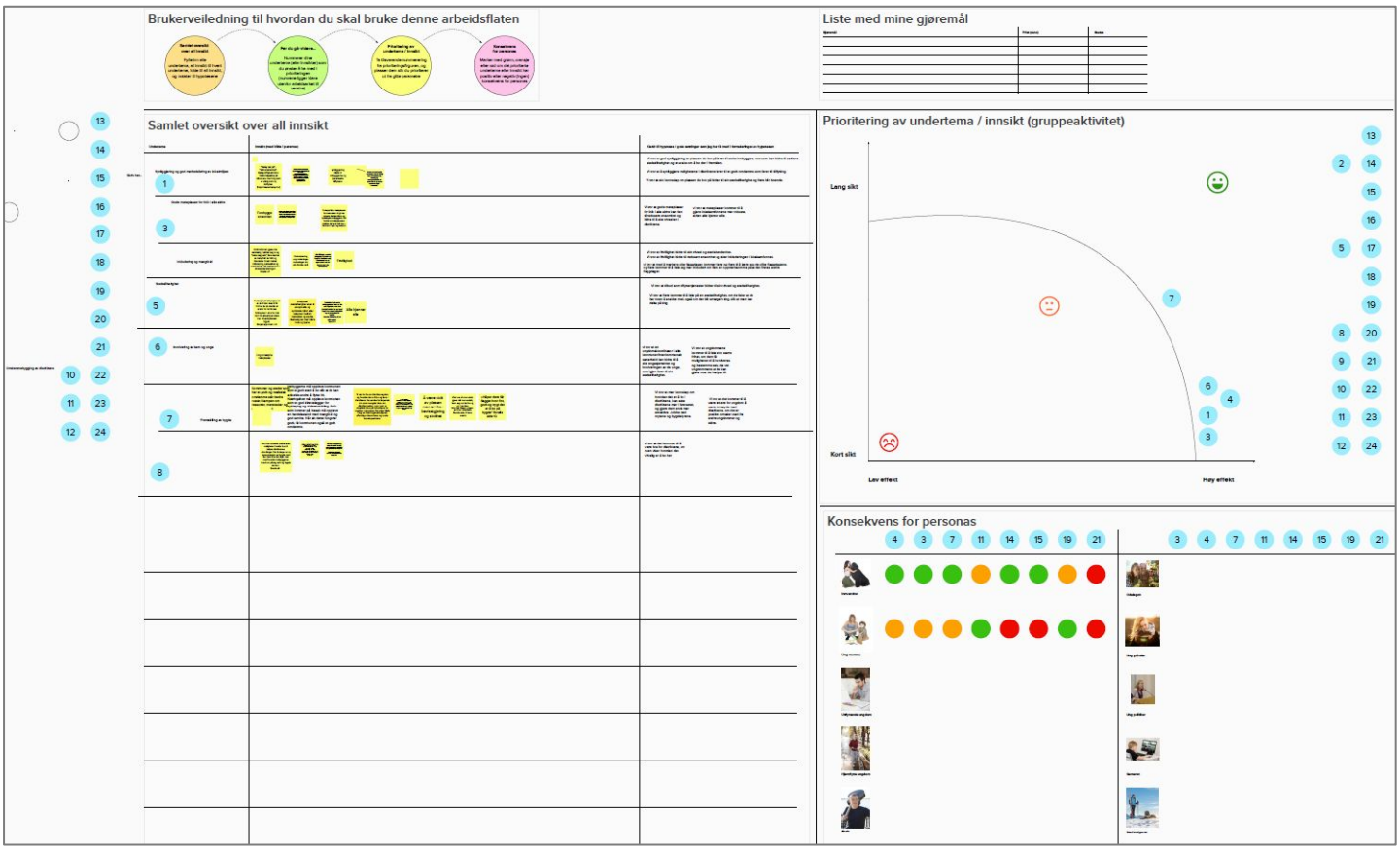
Arbeidsflater i Mural



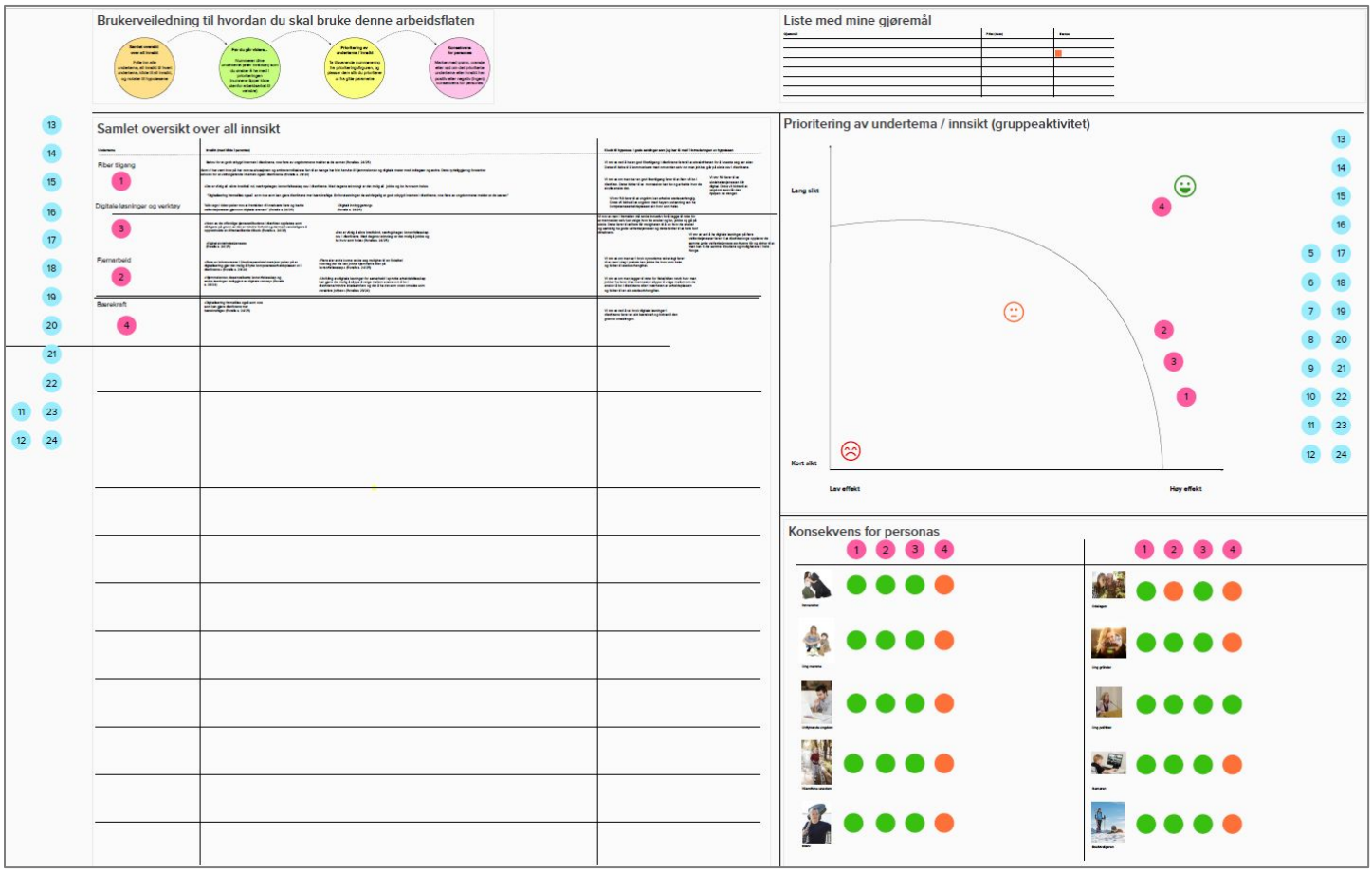


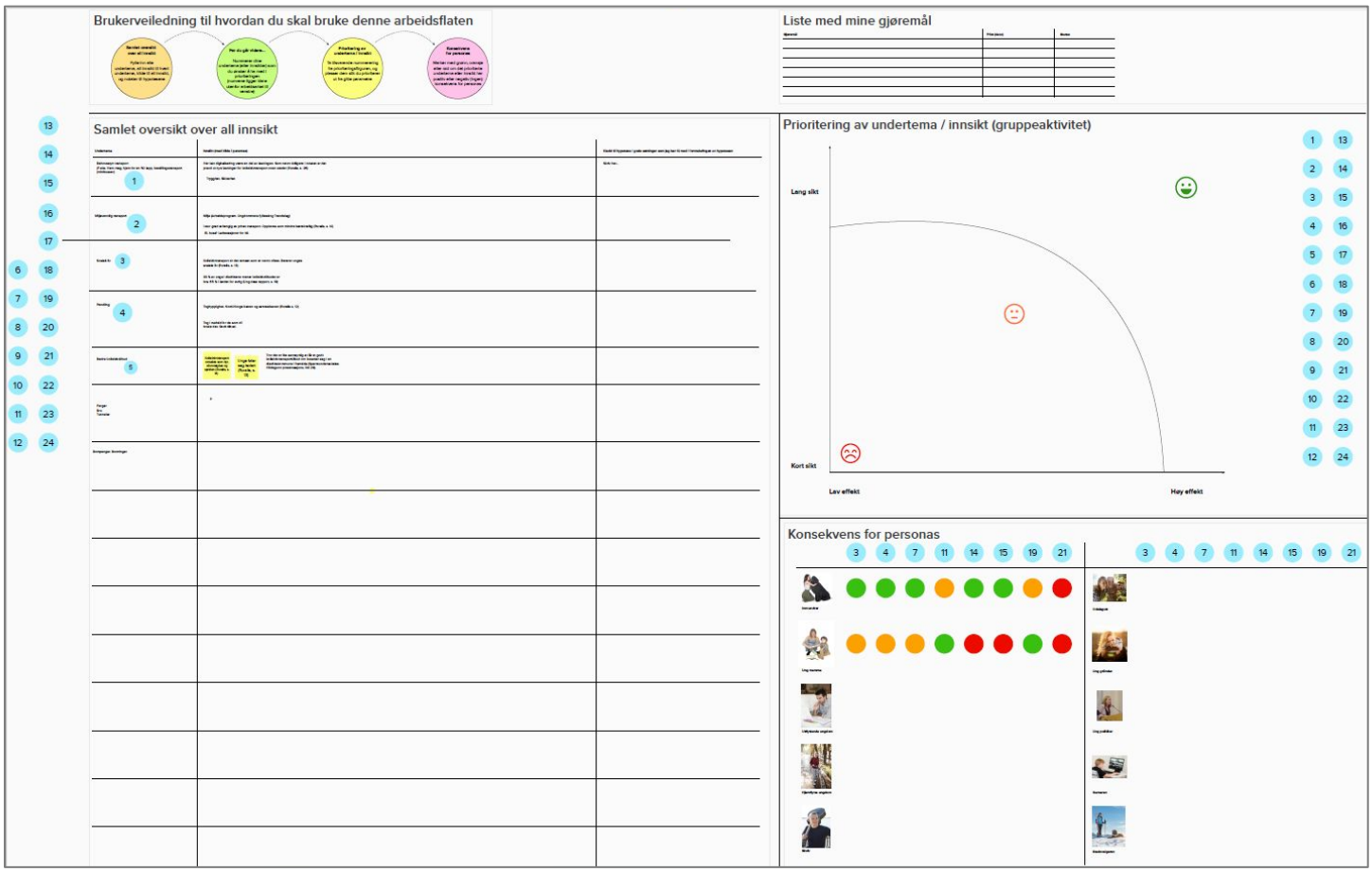
Arbeidsflater i Mural



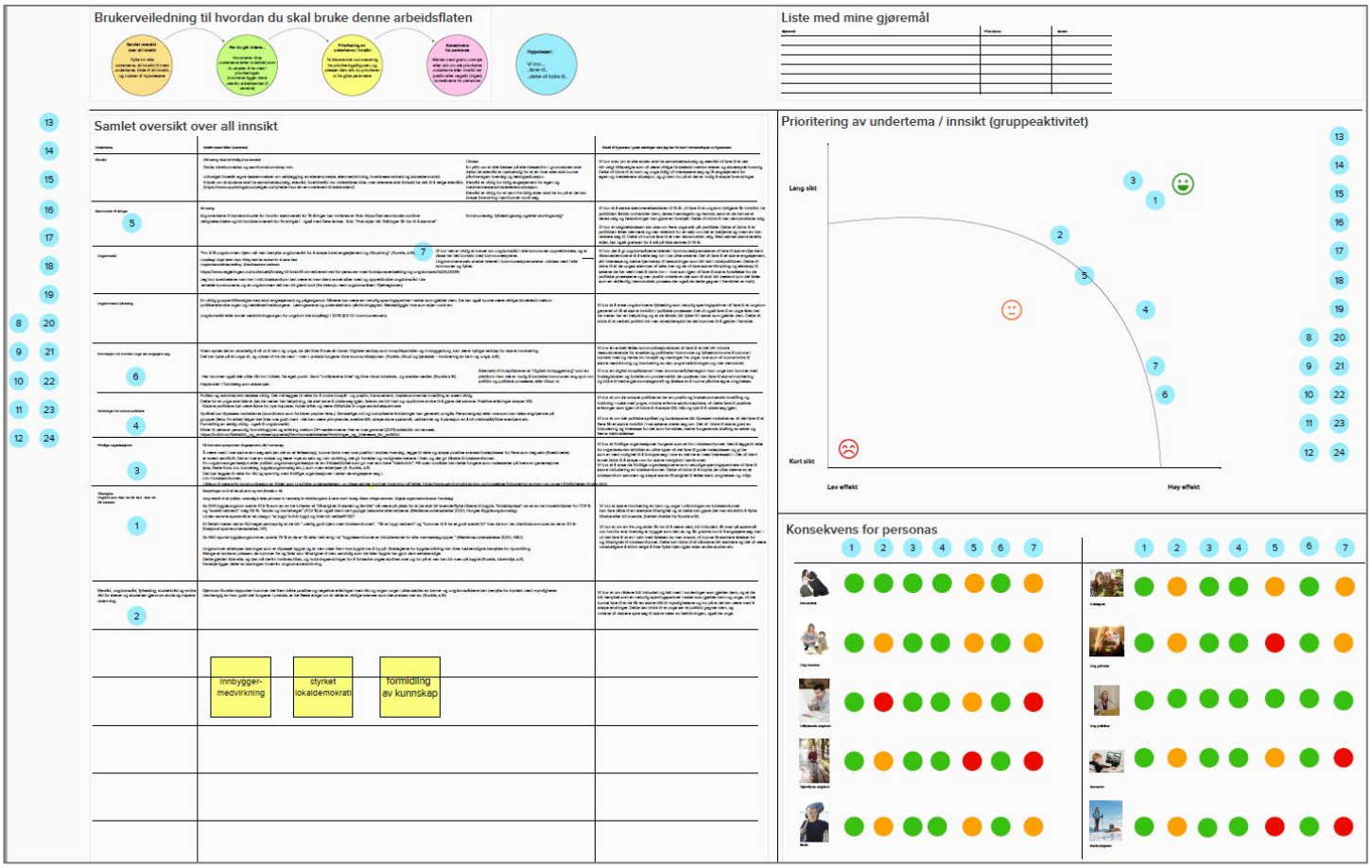


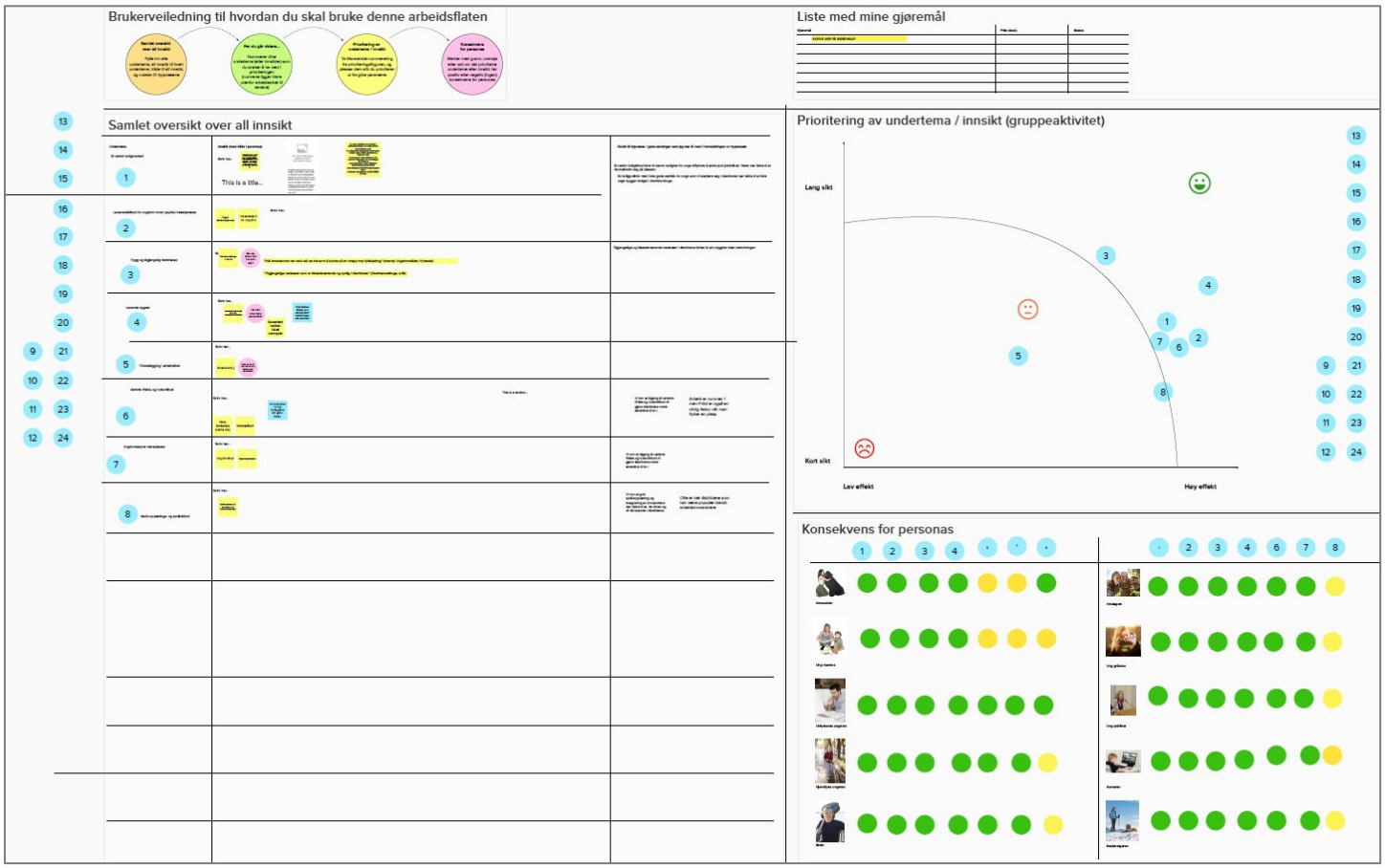
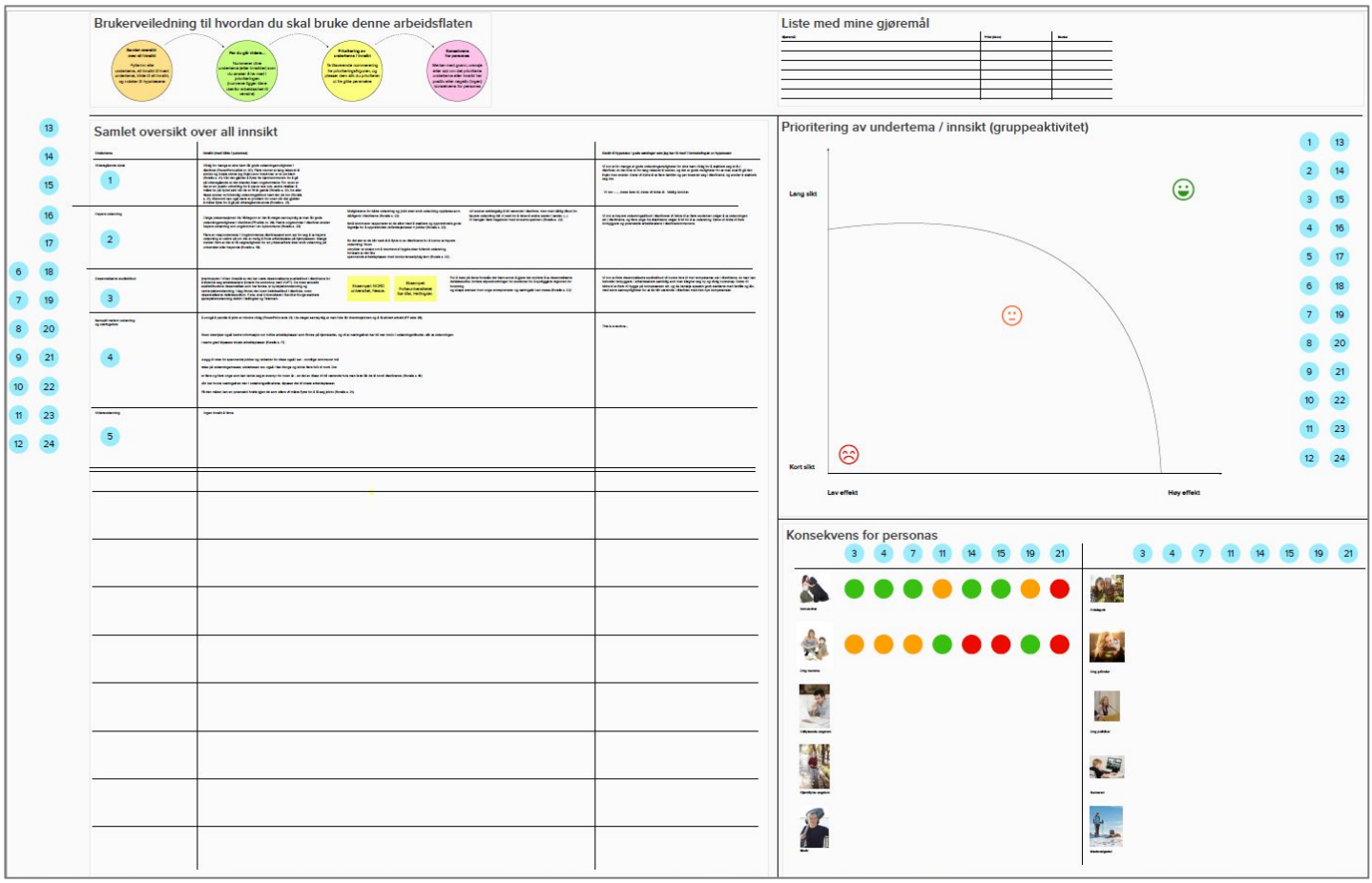
Arbeidsflater i Mural





Arbeidsflater i Mural





Arbeidsflater i Mural