

NYT FAG: VISUEL ANALYSE OG METODE fra studieordningen 2018

Formål:

Faget etablerer overgang fra gymnasieskolen, og træner sammen med det parallelle fag Kunst- og visualitetshistorie 1 den studerendes evne til at læse akademiske tekster. Faget efterfølges af Visuel analyse og metode 2.

Faget er **et analytisk grundfag, som danner fundamentet** for de analytiske kompetencer den studerende anvender og udvikler gennem hele bacheloruddannelsen.

Formålet med faget er at sætte den studerende i stand til at foretage en faglig beskrivelse og analyse af visuelle udtryksformer samt at perspektivere til og informere analysen i forhold til de sammenhænge, som de visuelle fænomener indgår i. Med disse analytiske færdigheder kan den studerende identificere og skitsere problemstillinger i en af underviserne given ramme.

Formålet med faget er desuden at sætte den studerende i stand til at beherske forskellige visualiseringsmetoder, herunder både analoge og digitale redskaber således, at den studerende bliver i stand til struktureret og forståeligt at formidle sine analyser og problemstillinger.

Den studerende opøver i faget sine evner til at give faglig baseret feedback og opøver sine evner til samarbejde samt til at arbejde handlingsorienteret og undersøgende i forhold til opgaveløsning og projektarbejde.

Faget introducerer til grundlæggende kunsthistoriske analytiske metoder og giver en indføring i anvendelsen af disse metoder således, at den studerende på en faglig baggrund opnår en basal evne til at sætte ord på kunstværker og visuel kultur.

Faget introducerer samtidig til **handlingsorienterede og eksperimenterende studiemetoder og studiepraksis** baseret på projektforbøb og øvelser af både teoretisk og praktisk karakter. På denne måde får den studerende en indføring i, hvordan man kan **indgå i undersøgende og innovative processer baseret på fagets viden, begreber, teorier og metoder.**

NYT FAG: VISUEL ANALYSE OG METODE fra studieordningen 2018

Faglige mål:

Ved bedømmelse af den studerendes præstation lægges vægt på, i hvor høj grad den studerende kan:

Viden:

- redegøre for de i faget introducerede analytiske metoder, som kan anvendes til at fortolke og formidle kunst og visuel kultur, herunder for væsentlige forskelle og ligheder mellem disse tilgange til den visuelle analyse.

Færdigheder:

- foretage en faglig beskrivelse og analyse af visuelle udtryksformer
- anvende, udvælge og begrunde valg af analytiske redskaber i forhold til et udvalgt visuelt materiale
- på baggrund af visuelle analyser og empiriske undersøgelser af visuelle fænomener identificere og skitsere problemstillinger inden for en af underviseren given ramme.

Kompetencer:

- arbejde **undersøgende, handlingsorienteret og eksperimenterende i forhold til projektarbejde og opgaveløsning**
- løse opgaver individuelt og i samarbejde med andre samt **formidle resultaterne og den løbende procesrefleksion** og give faglig baseret feedback på andres produkter
- reflektere over læringsprocesser i forbindelse med egne og kollektive projektforsøg, herunder styrker og svagheder i opgaveløsningen.

”KENDER DU TYPEN?”

kvinde, bor alene, single, ingen børn ...

arkitekt m.a.a., informationsmedarbejder,
interesser: film, kunst, kultur ...

Hverdagssemiotik

dvs. en spontan afkodning af den betydning som tegnene i de umiddelbare omgivelser fremviser

OPGAVE # 2

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

OPGAVEN:

Denne opgave omfatter analyse, skitsering og eksperimenterende udviklingsarbejde og den stiller skarpt på designproces herunder research.

I vil blive introduceret til forskellige redskaber og metoder til gennemførelse af designprocesser og udvikling af visuelle fænomener.

Opgaven tager udgangspunkt i at I, i grupperne, vælger en målgruppe. Den skal I via forskellige researchmetoder undersøge og få et indblik i.

På baggrund af jeres research skal I (i grupper) udfærdige *en persona, et scenarie*, og med udgangspunkt heri udfærdige (individuelle) *moodboards*.

Opgaven omfatter introduktion til designtænkning herunder designetnografiske metoder og trækker på Photoshop-undervisningen på KV1. I vil også få lejlighed til at give og modtage (faglig baseret) feedback.

Der arbejdes individuelt og i læsegrupper.

OPGAVE # 2

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

FORMÅL:

Opgavens formål er overordnet set, at **I introduceres til grundlæggende kunsthistorisk analytisk praksis herunder til en *undersøgende, handlingsorienteret og eksperimenterende studiepraksis, hvor I individuelt og i grupper gennemfører små research- og designprocesser.***

På et mere detaljeret plan er opgavens formål at introducere jer til redskaber til at undersøge en valgt målgruppe herunder opøve forskellige visualiseringsmetoder, for på sigt at blive i stand til struktureret og forståeligt at formidle jeres analyser og problemstillinger.

FAGLIGE MÅL (der trænes og bedømmes på) at kunne:

- foretage en faglig beskrivelse (og analyse) af visuelle udtryksformer
- arbejde undersøgende, handlingsorienteret og eksperimenterende i forhold til projektarbejde og opgaveløsning
- løse opgaver individuelt og formidle resultaterne samt give faglig baseret feedback på andres produkter
- løse opgaver i samarbejde med andre og formidle resultaterne og den løbende procesrefleksion samt give faglig baseret feedback på andres produkter

OPGAVE # 2

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

FREM GANGSMÅDE:

Hver gruppe vælger en målgruppe. Den skal I undersøge.

I skal primært observere målgruppen (samt evt. interviewe og gennemføre en *cultural probe* med målgruppen). Det kan være nødvendigt at starte med at kontakte en eller flere personer fra målgruppen og få aftalt et møde.

Bliv enige i gruppen om hvordan I griber opgaven an og planlæg processen.

Undersøg fx hvilke værdier har målgruppen har, hvilke udtalte normer ligger til grund for valg som målgruppen træffer? Har målgruppen æstetiske præferencer? Og overvej hvordan kan I se/dokumentere de erkendelser I gør jer?

Noter løbende jeres viden, opdagelser og erkendelser i fotografi, tegning (diagrammer) og tekst.

Med udgangspunkt i det enkelte tilfælde skal I også forsøge at skabe et billede af målgruppen som felt.

Søg på internettet, i artikelbaser, på biblioteket mm.

Med udgangspunkt i jeres research og det indsamlede visuelle materiale skal I i gruppen udfærdige en *persona*, et *scenarie* og med udgangspunkt heri (individuelt) udfærdige et *moodboard*.

I kan benytte jer at både analoge og digitale redskaber.

Designetnografiske metoder

Det er metoder, der er inspireret af etnografiske og antropologiske metoder, og som bl.a. omhandler det at undersøge menneskers tanker, adfærd og handlemønstre, interaktionen mellem mennesker samt interaktionen mellem mennesker og produkter.

Observation af menneskers adfærd, handlemønstre, interaktion er en god måde, hvorpå designeren kan finde ud af, hvilke målgrupper og interessenter i det hele taget der er involveret i projektet. Designeren observerer **hvem**, der gør **hvad** og med **hvem**, **hvornår** og med **hvad** og **hvordan**.

Metoden er særlig anvendelig, hvis designeren er interesseret i noget, som de observerede ikke kan sætte ord på og derfor ikke nævner i et interview.

Interview

Når designeren observerer, så finder han ud af hvem, der gør hvad, hvornår og med hvem, med hvad og hvordan, men ikke nødvendigvis **hvorfor**.

I et interview kan designeren få uddybet eller forklaret noget, han ikke forstod, da han observerede.

Cultural probes

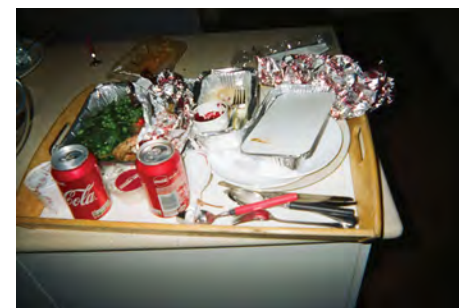
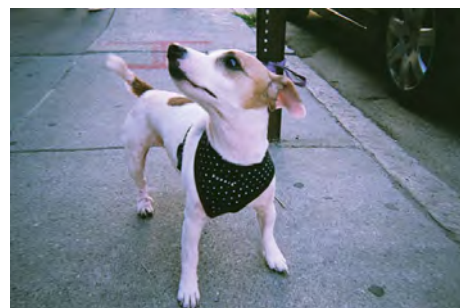
Man kan oversætte cultural probe med "kulturel sensor" – eller "kulturel undersøgelse". Det er netop, hvad metoden går ud på: at være sensor og undersøge hvad der foregår i en bestemt udvalgt kultur. Metoden går ud på at stille målgruppen (udvalgte brugere fra den bestemte kultur) en opgave, der får dem til at handle aktivt og intuitivt. Det er så meningen, at designeren gennem en analyse af disse handlinger skal forsøge at få øje på nogle mere eller mindre ubevidste værdier, behov og drømme, som viser sig i de observeredes adfærd.

HE MUSIC ISSUE 2017

Af Diverse Kunstnere

Feb 15 2018, 4:00pm

Vi gav engangskameraer til 11 musikere, og de gav os de her billeder...



OPGAVE # 2

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

MÅLGRUPPER kan fx være:

En børnehave (børnene, pædagogerne eller?)

En folkeskole (børnene, pædagogerne eller lærerne?)

Et kontor (de ansatte, rengøringspersonalet, lederen eller?)

En musikskole (børnene, pædagogerne eller lærerne?)

En butik (kunderne, de ansatte eller?)

Et gymnasium (eleverne, lærerne eller?)

En plejehjem (beboerne, personalet, pårørende eller?)

En hjemløs

Et museum ((de ansatte, rengøringspersonalet, lederen eller?)

...

OPGAVE # 2

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

MÅLGRUPPER de studerende valgte:

Butiksindehavere i Gellerup Parken

Studerende på kreativt HF

Unge der kommer på UKH

Kunde i helsekostbutikker

Kollektiver

Pige med spiseværring

Kvinder, der poster deres bland-selv-slik på Instagram

Præster fra den katolske kirke

Efterskoleelever

Højskoleelev

Ældre, der kører i bus

Medlemmer af økologiske fødevarefællesskaber

OPGAVE # 2

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

AFLEVERING og FEEDBACK

D. 10.10 skal I aflevere:

- en persona, printet, ca. ½ A4 side (gruppens arbejde)
- et scenarie, printet (gruppens arbejde)
- et moodboard A3, printet (individuelt) (analogt og/eller digitalt)

Til **PORTFOLIO** uploades **DEL2** på **BB**:

- en persona, Pdf (gruppens arbejde)
- et scenarie, Pdf (gruppens arbejde)
- et moodboard A3, Pdf (individuelt)

I et samlet dokument

PERSONAS

er prototyper på brugere. Personas fungerer som bindeled mellem analyse og idegenerering/udvikling, da de konkretiserer komplekse data.

Ved hjælp af idealiserede beskrivelser/repræsentationer af nogle typiske træk ved brugerne skaber man en prototype

Personas bygger på research om og med brugeren.

Line Mogensen er lagerarbejder.

Hun er 24 år og bor sammen med sin kæreste.

Hun har en baggrund som ...



PERSONAS

Malte Klejstrup er 19 år og går i 3.g på Katedralskolen. Han er vokset op i en typisk dansk kernefamilie, hvor mor er pædagog og far er ingeniør. Desuden har Malte en lille søster, Mille, som er 8 år yngre end ham selv. De seneste år har Malte haft et lidt anspændt forhold til sin far, fordi Malte i øjeblikket er mere interesseret i grafisk design end at lave sine lektier, og følge med i timerne. Faren er en mand af principper og er ikke altid tilfreds med Maltes attitude og indstilling. Malte er generelt vellidt blandt sine venner, og har bl.a. en ældre vennegruppe der laver musik. De låner lokaler og indspiller deres musik nede på UKH i deres fritid og har tidligere brugt Malte til at lave grafiske designs til deres udgivelser. I den forbindelse er Malte blevet introduceret til UKH. Siden er Malte kommet jævnligt på UKH, hvor han både kunne udfolde sig kreativt, med nye ligesindede venner og til tider få et tiltrængt pusterum hjemmefra. UKH tiltalte Malte bl.a. fordi han her fandt et fællesskab som ikke forpligtede en på ansvar, men lagde op til at man kunne tage det, hvis man ønskede at få mere indflydelse. Siden har Malte været med til at afvikle forskellige arrangementer, og tilføjet med sine grafiske færdigheder når der har været brug for det. Det har både hjulpet ham med at udvikle sine kreative færdigheder, og at etablere et stærkt socialt netværk.

Marie Raaholdt Stampe Frandsen
Asbjørn Holst Kragh
Mathias Withen Gjerka

designSCENARIER

er narrativer/fiktive fortællinger som undersøger/beskriver en persona.

Scenarier skrives som små historier evt. med visualiseringer. Kan også udfærdiges som storyboards.

Scenarier fungerer som bindeled mellem analyse og idegenerering/udvikling, da de konkretiserer komplekse data.

Gennem fortællinger om persona skaber man klarhed over mulige fornemmelser for personas kontekst, adfærd mm.

I skal beskrive (og evt. visualisere) jeres personas dag fra vedkommende vågner til vedkommende går i seng.

Hver morgen sker det samme: Line og hendes kæreste sover over. Det betyder at Line sjældent når at spise morgenmad. Hun skynder sig at tage et bad og ...



designSCENARIER

Det er mandag morgen og Malte står endnu engang op, en smule senere end han burde. Han skynder sig i bad og får vækket systemet, før han i køkkenet kører en hurtig skål havregryn ind, inden han drøner ud af døren. I skolen bliver han mødt af den sædvanlige mandagsstemning af ugidelighed og manglende overskud efter weekendens strabadser. Den ene time tager den anden for Malte, med et øje på tavlen og det andet dybt begravet i computerskærmen. Pauserne bliver brugt ved bordfodboldbordene i kantine. Klokken 15.00 ringer klokken ud og efter en hurtig smøg med vennerne ved cykelskuret, vender han snuden hjemad. Derhjemme bliver tasken smidt i opgangen, hvorefter han smører sig en hurtig rugbrødsmad, inden han skal mødes med nogle af vennerne nede på UKH. I mellemtiden kommer Maltes far hjem fra arbejde, og spørger om han ikke burde ordne sine lektier inden han drøner videre. Malte prøver at ignorere det og lukker samtalen, med en hurtig kommentar, inden han skynder sig ud af døren. Nede på UKH møder han drengene, som allerede sidder i studiet. De arbejder på et nyt projekt, som Malte har brugt de sidste par uger på, at designe et grafisk udtryk til. Efter et par timers arbejde i studiet, smutter drengene i gården og spiller lidt basket. Da det begynder at blive aften, skal de andre drenge hjem, men Malte har lovet en af de ansatte at blive til fællesspisning, og hjælpe med madlavningen. Der er stort fremmøde denne aften og en hyggelig stemning omkring bordene. Kl. 22.00 lukker dørene og Malte slentrer hjemad, efter endnu en dag.

Marie Raaholdt Stampe Frandsen
Asbjørn Holst Kragh
Mathias Withen Gjerka

MOODBOARDS

er en form for grafiske plakater, eller collager, som designeren fremstiller til sig selv og andre for at kommunikere stemninger, oplevelser og andre æstetiske erfaringer (som er svære at sætte ord på) og fungerer som bindeled mellem analyse og idegenerering/udvikling, da de konkretiserer komplekse data.

Moodboards har karakter af at være en slags opslagstavle med et fælles udtryk, der er fyldt med billeder, tekst, grafiske udtryk, fonts osv.

Livsstilscollager som indeholder materiale, der viser en målgruppes livsstil. Det kan være målgruppens personlige, sociale værdier fx adfærden omkring forbrug. Er målgruppen fx en gruppe, der generelt set er økologisk orienteret, kan livsstilscollagen indeholde økologisk fremstillet øl eller mælk fra et økologisk mejeri eller lignende. Det er ikke produktet, der er i fokus som sådan, men *livsstilen*.

Stemningscollager som viser også målgruppens værdier, men som ikke fokuserer på livsstilen eller produkterne, men mere på *stemninger* som appellerer til målgruppen. Ikke blot rumlige stemninger som hygge, køligt, højtideligt osv. men også stemninger som produkter fremkalder ved første øjekast fx varm og blød eller gummiagtig eller ...

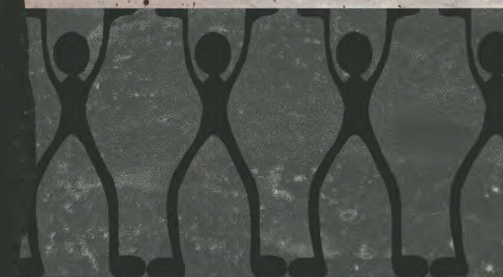
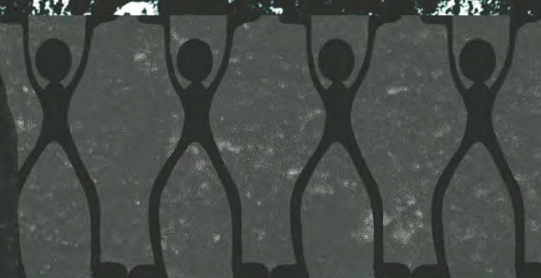
Her finder designeren ofte visuelle repræsentationer, der ikke har noget som helst med opgavens eller målgruppens produkter eller design at gøre, men som viser en stemning som synes at appellere til målgruppen.

Produktcollager som viser produkter. Det er IKKE nødvendigvis, de produkter som målgruppen *har*, men produkter som de *kunne have*. Det kan være mange forskelligartede produkter lige fra lamper til leverpostej og fra tekstiler til toiletbrætter

Funktionscollager som viser refleksioner over forskellige brugsfunktioner og/eller interessante teknologier.

HEJ RESPEKT ANSVAR FRIRUM
VENNER DO-OCRACY KREATIVITET
MANGFOLDIGHED / GOD UKH-STIL
FÆLLESSPISNING INSPIRATIC

UNGDOMSKULTURHUSET









ØVELSE

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

FREM GANGSMÅDE:

Hver gruppe vælger en målgruppe.

Med udgangspunkt heri skal I i gruppen udfærdige en skriftlig *persona* (max ½ A4 side) og et skriftligt *scenarie* (max ½ A4 side)

I har 15 min til øvelsen

ØVELSE

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

FREM GANGSMÅDE:

Hver gruppe vælger en målgruppe.

Med udgangspunkt heri skal I i gruppen udfærdige en skriftlig *persona* (max ½ A4 side) og et skriftligt *scenarie* (max ½ A4 side)

I har 15 min til øvelsen

Lad os høre

ØVELSE

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

FREM GANGSMÅDE:

Med udgangspunkt gruppens *persona*, *scenarie* skal I udfærdige et *moodboard*.
I kan benytte jer at både analoge og digitale redskaber.

I har 15 min til øvelsen

ØVELSE

PROCES OG DESIGNETNOGRAFISKE METODER

FREM GANGSMÅDE:

Med udgangspunkt gruppens *persona*, *scenarie* skal I udfærdige et *moodboard*.
I kan benytte jer at både analoge og digitale redskaber.

I har 15 min til øvelsen

Lad os se

KORT OPSAMLING

