

Make it simple: Skattemeldingen

Sluttrapport



Gruppe 4

Emil Säll Fuglerud (ehfugler)

Daniel Lange (danilan)

Elin Orsen (annaao)

Madelen H. Ljunggren (madelehl)

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	2
1. Introduksjon	3
1.1 Rapportens struktur	3
2. Case og kontekst	3
2.1 Valg av målgruppe	3
2.2 Om skattemelding	4
3. Participatory design	4
3.1 Design av designprosessen	4
3.1.1 Engasjere til aktiv deltakelse	5
4. Designprosessen	5
4.1 Rekruttering til workshop	6
4.2 Workshops	6
4.2.1 Workshop 1: Future Workshop	6
4.2.2 Workshop 2	9
4.2.3 Workshop 3	11
3.2.4 Resultat	12
5. Analyse og diskusjon	13
5.1 Aktiv deltakelse for de uengasjerte	13
5.3 Genuin deltakelse?	15
5.5 Gjensidig læring	16
6. Konklusjon	18
7. Referanser	19
Appendix	20

1. Introduksjon

I dag er mange offentlige tjenester komplekse og kan være vanskelig å forholde seg til, og det er tankevekkende at tjenester som alle borgere er “tvunget” å bruke, er tungvinte og lite brukervennlige. Skatteetaten forstår sitt eget samfunnsoppdrag som å “ha stor tillit i befolkningen, og gjøre det enkelt for alle å følge skattereglene” (Skatteetaten, 2017a). Dette var vår motivasjon for å velge temaet: “Make it simple” for prosjektet, med fokus på skattemeldingen for unge voksne lønntakere i aldersgruppen 18 - 26 år.

Gjennom en deltakende prosess har vi utforsket utfordringer relatert til dagens praksis rundt skattemeldingen, parallelt med å se for oss hvordan mulige fremtidsscenarioer som svarer på disse kan se ut. Dette har vi gjort i samarbeid med deltakere fra målgruppen, der fokuset har vært på *co-creation* og *gjensidig læring* gjennom tre workshops. Siden skatt og skattemeldingen kan oppfattes som noe vanskelig og kjedelig for målgruppen, så har det vært spesielt viktig å finne gode måter å skape engasjement i den deltakende prosessen. Dette har vi gjort med fokus på følgende problemstilling:

“Hvordan kan vi som designere, sammen med brukere mellom 18-26 år, bidra til en engasjerende deltakende prosess om hvordan skattemeldingen kan bli enklere?”

1.1 Rapportens struktur

I kapittel to beskriver vi prosjektets case og målgruppe. I kapittel tre tar vi for oss prosjektarbeidets metodologiske tilnærming, samt henviser til teoretiske konsepter som har bidratt til å gi struktur til analyse- og diskusjonsdelen. Videre vil vi i kapittel fire gi en redegjørelse av gjennomført designprosess. I kapittel fem presenterer vi en analyse og diskusjon av tre sentrale temaer for vår designprosess, for så å komme med en konklusjon i kapittel seks.

2. Case og kontekst

2.1 Valg av målgruppe

En undersøkelse foretatt av Skattebetalerforeningen viser til at 21% av unge mellom 15 og 24 år ikke sjekker om tallene i selvangivelsen stemmer. En annen undersøkelse foretatt av SpareBank1 viser til at 90% av de som er under 25 år bruker mindre enn en halvtime på å sjekke selvangivelsen (E24, 2012).

Vi valgte unge voksne i aldersgruppen 18-26 år som målgruppe for prosjektet, fordi vi ønsket å jobbe med brukere som har litt erfaring med skattemelding. Basert på undersøkelsene over, egne erfaringer, og egen undersøkelse, har vi fått inntrykk av at denne aldersgruppen ikke bruker mye tid på å sjekke den ferdigutfylte skattemelding. Dette fører til at skattemeldinger med mangler blir sendt inn. Vi har hatt totalt 12 deltakere, fordelt på fire i hver workshop.

2.2 Om skattemelding

Alle borgere i Norge får skattemelding hvert år den 4. april, og leveringsfristen er 30. april samme år. (Skatteetaten, 2017b) I skattemeldingen (tidligere kjent som selvangivelsen) får man som privatperson ferdig utfylte poster med inntekt, renter og lån som er rapportert inn fra arbeidsgiver, bank og andre. I utgangspunktet kreves det ikke at man foretar noe aktive endringer i skattemeldingen, men det kan være penger å spare hvis man gjør det.

Det som gjør skattemeldingen spesiell i forhold til andre skatte- og velferdstjenester er at den er obligatorisk, og alle borgere får den. I vår målgruppe så vil fradrag som pensumlitteratur, semesteravgift, BSU og lignende være aktuelle, men slike fradrag er man selv ansvarlig for å føre inn. Det er her vi har fått inntrykk av at mange ikke vet hvordan det fungerer, synes det er kjedelig eller ignorerer det. Selv om det ikke kreves å endre skattemeldingen, så er det fremdeles viktig at man ser gjennom den for å forsikre at alle tall er korrekt, spesielt hvis man har nylige endringer i livssituasjonen slik som for eksempel delt lån med en samboer, blitt nylig gift eller skilt.

3. Participatory design

Vi vil i denne seksjonen redegjøre for metodologisk tilnærming og teoretiske konsepter som har tjent som utgangspunkt for vår forståelse og praktiske gjennomføring av en deltagende designprosess.

3.1 Design av designprosessen

Det har hovedsakelig vært to overordnede hensyn som har informert valg vi har tatt i organiseringen og gjennomføringen av designprosessen. For det første henter prosjektet sitt utgangspunkt fra den skandinaviske *participatory design* tradisjonen (Roberts & Simonsen, 2013). I tråd med denne tradisjonen har også hensyn til egenskaper ved deltakere og problemområdet vært spesielt viktig for måten designprosessen har blitt gjennomført.

Slik Brandt, Binder og Sanders (2013) skriver, så kan ikke Participatory Design reduseres til et sett teknikker og verktøy alene, det er heller et sett felles underliggende prinsipper som forener PD-feltet. I hjertet av PD finner vi et etisk standpunkt om at de som skal leve i den fremtiden vi designer for også må ha en aktiv rolle i dens design (Simonsen & Robertson, 2013). For å imøtekomme dette var vi opptatt av å legge til rette for det Simonsen og Robertson (2013) kaller for en *genuin deltakelse*, som står i kontrast til den mer tradisjonelle informant-rollen brukere ofte får. Deltakelse i designprosessen ble derfor fasilitert gjennom aktiviteter for *co-design*, mellom deltakerne og oss som designere, basert på gjentatte sykluser av eksperimentering med og evaluering av *participatory artifacts* (Brandt et al., 2013). Dette legger til rette for en kontinuerlig prosess av *gjensidig læring* og *co-creation* med formål om å utvikle felles forestillinger rundt praksis som design kan bygge på (Brandt et al., 2013).

Dette design-samarbeidet kan ses i lys av Schön & Wiggins (1992) sin konseptualisering av design som sekvenser av *see - move - see*. Dette kan forklares som en måte å evaluere hva som er, for så å gjøre et tiltak for endring og evaluere denne. For å svare på spørsmål om hvor

deltakende en prosess er, bygger Wagner og Bratteteig videre på dette rammeverket og innfører et teoretisk skille mellom hvilken rolle deltakere har spilt i; å evaluere nåværende situasjon for å identifisere valgmuligheter, å velge mellom disse, prøve ut et valg, for så å evaluere utfallet av dette valget (Bratteteig & Wagner, 2014).

En viktig rolle for designeren blir derfor å legge til rette for deltakelse gjennom ulike deltakende praksiser. Sanders & Strappers (2008) forklarer at i *co-design* så støtter designere deltakerne ved å gi dem passende verktøy for ideasjon og uttrykk. Simonsen & Robertson (2013) forklarer at for å kunne "holde i live" den innsikten man har, må de verktøyene og teknikkene vi bruker danne en sammenhengende deltakende design-praksis. Vi tok her utgangspunkt i Brandt et al. (2013) sin konseptualisering av deltagende prosesser som en evolverende praksis av *making*, *telling* og *enacting*. *Telling* er i denne sammenheng en måte å forstå eksisterende praksis og evt. se det i et annet lys. *Making* er en måte å eksternalisere ideer og tanker i noe fysisk og *enacting* en kroppslig utspilling av scenarier for fremtidig bruk. Vi vurderte det som lite meningsfylt å spille ut scenarier rundt utfylling av selvangivelsen, og valgte derfor å legge mer vekt på *making* og *telling* fremfor *enacting* i vårt prosjekt.

Brandt et al. (2013) viser til at det i PD legges vekt på at de teknikkene og verktøyene som tas i bruk gjøres relevant med hensyn til brukergruppen og problemområdet. Innenfor PD har det tradisjonelt blitt gitt mye oppmerksomhet til deltakelse på basis av et ønske om deltakelse i designprosessen (Verne & Braaten, s. 1, 2014). Tilhørighet til andre deltakere og tilknytning til prosjektets mål kan da allerede være etablert på bakgrunn av å være medlem av et spesifikt *community*, eksempelvis som ansatt i en bedrift. I prosjekter hvor dette er tilfelle vil deltakernes domenekunnskap typisk spille en viktig rolle i å informere designprosessen (Joshi & Bratteteig, s. 14, 2015). Det å praktisere sin borgerplikt utgjør en ganske annen situasjon enn den beskrevet ovenfor. To utfordringer gjør seg derfor til syne; deltakerne er nødvendigvis ikke engasjert i temaet og deltakerne er nødvendigvis ikke eksperter på domenet.

3.1.1 Engasjere til aktiv deltakelse

Verne og Braaten (2014) viser til hvordan konsepter fra *persuasive technology* kan ses i kombinasjon med PD-teknikker og verktøy for å lykkes med å engasjere det de beskriver som uengasjerte deltakere. *Persuasive technology* bygger på en adferdsmodell bestående av tre faktorer som må være tilstede for at atferdsendring skal skje. "*The ability to do the target behavior, the motivation to do it, and the trigger to simulate a change in behaviour*" (Verne & Braaten, s. 3, 2014). Formålet her er å bidra til atferdsendring blant deltakerne fra å føle at skattemelding er kjedelig og vanskelig til et ønske om å delta i design for skattemelding.

4. Designprosessen

I denne seksjonen beskriver vi hvilke metoder vi har valgt å bruke, hvorfor vi valgte disse, og hvordan vi brukte disse i praksis i en deltakende designprosess. Gjennom ulike workshops der *co-design* har stått sentralt, mener vi at vi har oppnådd en deltakende designprosess.

4.1 Rekruttering til workshop

Vi utviklet en spørreundersøkelse som inneholdt åtte spørsmål, og tok omtrent to-tre minutter å gjennomføre. Målet med undersøkelsen var å få en innsikt om deltakernes atferd relatert til skattemeldingen, og komme i kontakt med brukere som ønsket å utforme en forbedret skattemelding. Siden vi selv var en del av målgruppen brukte vi eget nettverk til å spre spørreundersøkelsen, med ønske om at den skulle deles videre på sosiale medier. Vi ønsket at de som var interesserte i å delta på workshop skulle oppgi kontaktinformasjon slik at vi kunne komme i kontakt. Vi erfarte at undersøkelsen ikke ble spredd slik vi ønsket, og det var kun nære bekjenskaper som besvarte den. Dermed valgte vi å bruke vårt eget nettverk til vår fordel ved å rekruttere bekjente med forskjellig bakgrunn.

Fordelene som vi har erfart med å bruke bekjente som deltakere i workshopene er bl.a. at de føler seg mer komfortable, siden de kjenner oss som intervjuer eller andre deltakere som er med. Dette førte til at de var mer åpne for diskusjon, samarbeid med hverandre og mindre nervøse for å gjøre feil eller si noe som ikke passet. Det kan tenkes at i workshop med ukjente så hadde vi trengt å bruke lengre tid til oppvarming slik at alle blir godt kjent med hverandre.

Vi mottok totalt 21 svar på spørreundersøkelsen. Gjennom undersøkelsen fikk vi vite at de fleste som deltok synes det er noe ved selvangivelse som er vanskelig, og kunne blitt løst på en bedre måte. Vi ønsket ikke å undersøke nærmere akkurat hva de syntes var vanskelig, fordi dette var noe av det vi ønsket å jobbe med i workshopene gjennom en deltakende designprosess. Spørreundersøkelsen var ikke ment som en deltakende metode, men som en rekrutteringsmetode og for å få et kjapt og generelt inntrykk i brukerens holdninger til skatt. Ti personer meldte interesse til å delta i workshop, men kun fire personer hadde mulighet å delta i første workshop på valgt tidspunkt.

4.2 Workshops

Målet var å utføre en deltakende designprosess, og vi mener at ved hjelp av brukerne, kunne vi nå dette målet ved å holde ulike workshops og lære oss deres oppfatning av skattemeldingen og dens styrker og svakheter. Vi bestemte oss i forkant av workshopene at de tre workshopene skulle være ulike, hver workshop skulle representere ulike steg i designprosessen. Vi tok med oss kunnskapen fra første workshop, videre med til de to neste. Før hver workshop fylte alle deltakere ut et samtykkeskjema som opplyste om deres rettigheter og tillatelse å bruke bilder i offentlig rapport.

4.2.1 Workshop 1: Future Workshop

Vi valgte å holde en "Future Workshop" som den første workshopen i designprosessen. "Future workshop" er introdusert av Jungk og Müllert som en effektiv metode for å engasjere innbyggere i forandingsprosesser (Brandt et al., s. 152, 2013). Metoden går ut på å få representanter fra målgruppen til å designe deres ønskede fremtid ved å kritisere allerede eksisterende løsninger, komme med urealistiske ideer til løsninger av problemet, og avslutte med å gjøre de urealistiske ideene realistiske. Vi valgte denne type workshop fordi vi ønsket å identifisere problematiske områder ved selvangivelsen, slik den er i dag, og å utforske hvordan en mulig fremtid kan se ut.

Den første workshopen tok sted ved middagstid på kvelden, og vi stilte opp med pizza, slik at deltakerne ikke skulle være sultne under workshopen, som hadde ført til dårligere konsentrasjon. Samtidig som de spiste gikk vi igjennom hva prosjektet gikk ut på, og planen for workshopen. Vi hadde laget en presentasjon som inneholdt beskrivelser av oppgaver og aktiviteter, hvor de hele tiden kunne se hva de skulle gjøre under workshopen.

Den første aktiviteten i workshopen var en oppvarming som varte i 15 minutter, hvor vi kombinerte *telling* og *making*. Til denne aktiviteten hadde vi laget et probe kit som inviterte deltakerne til å reflektere rundt egne opplevelser, følelser og holdninger til skattemeldingen. Gaver et al. (2004, s. 53) definerer probes som “*collections of evocative tasks meant to elicit inspirational responses from people*”. Probe kittet vi brukte inkluderte et A3 ark med inspirasjon fra Customer Journey map, ulike utklippede emojis, tegnesaker, og et utfylt eksempel av en skattemelding. Oppvarmingen gikk ut på at hver og en av deltakerne skulle visualisere opplevelser og erfaringer med skattemeldingen i ulike faser, fra før de mottar den til etter de har mottatt den. Deretter navngi disse fasene, gi hver fase passende emojis ut i fra deres erfaringer og følelser, og til slutt skrive noen tanker rundt dette. Da deltakerne var ferdige, presenterte de det de hadde laget, og forklarte hvorfor de hadde gjort det på den måten. Målet med oppvarmingen var å friske opp erfaringer og følelser om skattemeldingen, da våre workshops tok sted på høsten, et halvt år etter deltakerne egentlig har forholdt seg til skattemeldingen.

Den andre aktiviteten vi utførte var den første fasen i Future Workshop, *kritikkfasen*, der deltakerne fikk utdelt oransje post-it lapper hvor de skulle skrive ned kritikk rettet mot dagens løsning av skattemeldingen. Deltakerne startet denne aktiviteten med individuelt arbeid. De hadde allerede påvirket hverandre ved å dele erfaringer, men vi ønsket her at de ikke skulle påvirke hverandre noe mer da de skulle skrive kritikken. Dette fordi det man kommer frem til i denne fasen kan sette noen rammer for videre tenkning. Deltakerne kunne derimot, etter det individuelle arbeidet, samarbeide, snakke med hverandre og dele deres kritikk, for så å sammen kategorisere kritikken inn i ulike kategorier. Gjennom denne aktiviteten kom deltakerne frem til fire andre hovedkategorier av kritikk til nettsiden, til selve skattemeldingen, opplæringen, og opplevelsen av å bruke skattemeldingen (basert på følelser, tanker og hendelser). Det kom tydelig frem at mange av deltakerne syntes prosessen rundt skattemeldingen er kjedelig bl.a. fordi at den har for mye informasjon, blir overveldende, blir presentert med urelevant informasjon, og bruker vanskelig språk. De undrer seg hvorfor de ikke lærer om dette på skolen.

Den tredje aktiviteten var *fantasifasen*. Her ga vi de rosa post-it lapper som de kunne bruke til å skrive ned løsninger til kritikken de hadde skrevet i den forrige aktiviteten. Denne oppgaven gikk ut på å snu det negative om til det positive ved å bruke fantasien. Ingen grenser ble satt, og løsningene kunne være så urealistiske som de ville. Deltakerne klistret deretter disse post-it lappene (rosa) over post-it lappene fra kritikkfasen (oransje) i forhold til sin respektive kategori. I denne fasen kom de på mange ulike ideer, mange av de gikk ut på at alt skulle bli automatisert, hvor drømmescenariet var å egentlig slippe å gjøre noe. Bruk av roboter, applikasjoner, opplæring på skolen, mindre tekst og enklere språk i skattemeldingen var også noen løsninger som ble nevnt.



Figur 1. Post-it lapper fra de forskjellige kategoriene

Den fjerde og siste aktiviteten var realiseringsfasen i Future Workshop. Her var oppgaven å vende de urealistiske ideene over til realistiske. De diskuterte de ulike løsningene, og prøvde å komme frem til hvordan disse kunne bli realisert. De realistiske ideene ble skrevet ned på grønne post-it lapper som ble plassert i sin respektive kategori. Mange av ideene som kom frem i fantasifasen var i stor grad realistiske, og gikk i ett med realiseringfasen, vi utfordret derfor deltakerne til å spesifisere ideene fra fantasifasen enda mer i detalj. Det vi satt igjen med fra den siste fasen i denne aktiviteten var tre ulike ideer som vi tok med oss videre til workshop nr. 2;

Mobil-app	<ul style="list-style-type: none"> - som registrerer endringer fortløpende - som er inspirert av Lånekassens nettside (spesielt delvis utfylling av søknader) - har en chat funksjon som kan gi veiledning og hjelp - har opplæringsvideoer - belønning - bruker gamification
Ny nettside	<ul style="list-style-type: none"> - som er finere, leservennlig og oversiktlig - har større skrift, mer farger og bilder - er "freskere" - har en oversiktlig meny - mailboks: bedre kategorisering og har rød farge på uleste mail - bruker lånekassen som inspirasjon
Opplæring på skolen	<ul style="list-style-type: none"> - opplæring og gjennomgang av hvordan tolke og endre skattemelding - praktisk opplæring - vise filmer

Figur 2. Post-it lapper fra de forskjellige kategoriene

4.2.2 Workshop 2

I den andre workshopen begynte vi med en oppvarming ved hjelp av spillet *Tellestrations*, også kjent som *Ryktet Går*. Vi gjorde vår egen vri på dette, ved å ha kun skatte-relaterte ord, slik at deltakerne også kunne lære. I denne oppvarmingen fikk hver person ett ord som er brukt i forbindelse med skattemeldingen, og skulle prøve å tegne dette uten å bruke bokstaver. Deretter ble arket sendt til neste person som skulle gjette hva som ble tegnet, og slik sendte man videre frem til blokken var innom alle deltakerne, og svaret ble presentert av hver deltaker.

Oppvarmingen med *Tellestrations* var basert på erfaringen fra forrige workshop, hvor vi forstod at ikke alle deltakerne hadde det samme språket eller forståelsen for skattemelding, slik at det oppstod misforståelser. Ved hjelp av denne oppvarmingen skapte vi et felles språk, samt en morsom oppvarming for å bryte isen for deltakerne som ikke kjente hverandre.



Figur 3. En av deltakerne viser frem resultatet fra *Tellestrations*

Etter oppvarmingen presenterte vi et sammendrag av resultatene fra første workshop, slik at våre deltakere forstod hva som hadde blitt tenkt så langt. Vi understreket flere ganger at ingen svar er feil, og at man kan forkaste ideer og forslag fra forrige workshop, og lage nye ideer. Etter innføringen delte vi ut tomme wireframes som etterlignet en nettside og mobil, da dette var de to hovedplattformene som kom frem fra forrige workshop. I løpet av denne workshopen kom det blant annet frem at noen foretrekker å sitte på datamaskin, hvis de først skal endre på skatt. Dette var enklere og man ser mer av informasjonen. Andre ønsket mobiltelefon fordi de da kunne gjøre det på farten og minske terskelen for å se og endre skattemeldingen. Derfor ble det en felles enighet om at løsningen som de skulle tegne burde være en responsiv nettside, som både fungerer på datamaskin og telefon.

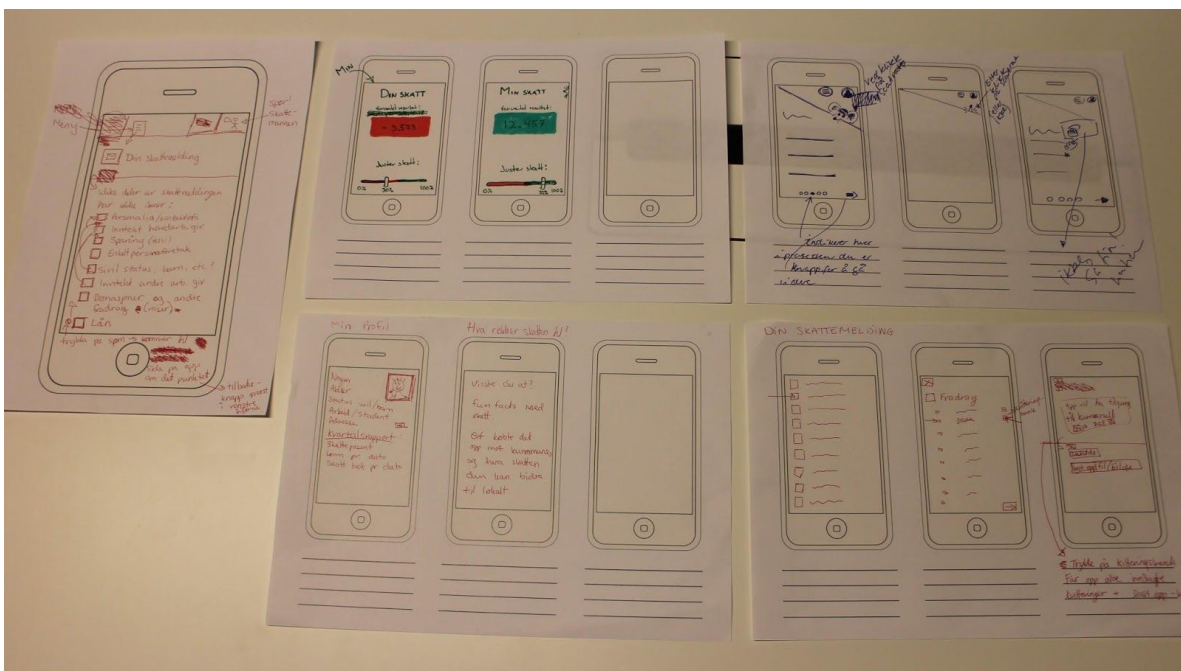
Alle deltakerne tok utgangspunkt i informasjonen som ble gitt, og tegnet gruppevis skisser med konsepter de så for seg hadde fungert for dem selv. En idé ble skissert var *Skatt-Mann*, dette var et konsept hvor man hadde en animert figur i form av en rotte. Denne skulle hjelpe deg med å finne svar på skattespørsmål, samtidig som man fyller ut selvangivelsen.

Etter alle deltakerne var ferdige med sine skisser, viste de frem deres konsepter i fellesskap for diskusjon og meningsutveksling om hva de andre syntes fungerte bra og hva kunne forbedres i fremviste skisser.



Figur 4. Deltaker viser frem sin skisse i plenum, og samarbeid om en ny skisse.

I hovedtrekk kom de frem til at man burde ha en type veileder man kan spørre, slik som Skatt-Mann. Utfyllingen av selve skattemeldingen burde være inspirert av Lånekassen og inneholde en sekvensiell utfylling hvor man blir stilt spørsmål og svarer på disse. Andre ønsker som ble nevnt var; lite scrolling, filtrering og profilering på livsstatus, hjelpesider som ikke går ut av nettsiden og push varsler. En annen idé var en status-side hvor man kvartalsvis kan se hva skattekortet ligger på, hvor mye skatt man har innbetalt og en midlertidig beregning av skattemeldingen for det gjeldende året. Tanken var dette skulle gjøre det mulig å justere dette hvis man ser at man nærmer seg skattesmell.



Figur 5. Ferdige skisser fra Workshop 2

4.2.3 Workshop 3

I den tredje workshopen hadde vi nye deltagere i forhold til de to tidligere vi utførte. Målet var å fortsette å utvikle og evaluere de ideer som deltakerne hadde kommet frem til i workshop 2.

Vi begynte med en kort presentasjon om oss selv og vårt prosjekt samtidig som vi serverte pizza til deltakerne. Etter det så presenterte vi første delen av oppvarmingen hvor de selv skulle få presentere seg for å lære å kjenne hverandre. Vi hadde også en telling-aktivitet der de skulle fortelle om sitt forhold og erfaringer til skattemelding, som gjorde at vi samtidig fikk et innblikk i deres relasjon til skatt. Den andre delen av oppvarmingen var en quiz (mentimeter) der de skulle svare på spørsmål anonymt om skatt hvor målet var at de skulle lære seg noen sentrale begrep innen skatt. Dette gjorde vi fordi vi opplevde at tidligere deltakere hadde problemer og blandet visse begrep under workshopene. Det var derfor viktig å forsikre oss om at deltakerne hadde kunnskap om de mest relevante begrepene innenfor skatt innen vi startet. Vi viste i tillegg noen utvalgte videoer fra skatteetaten som vi anså som relevant for å fremme læring hos deltakerne. Dette ble også viktigere jo lengre ut i prosessen vi kom da diskusjonene rundt idéene ble mer og mer detaljert.

Etter oppvarmingen ga vi dem en innføring til hva som har blitt gjort i tidligere workshops. Vi presenterte det de hadde kommet frem til tidligere, gjennom blant annet å oppsummere de ideer og synspunkter tidligere deltakere hadde kommet frem til. Vi forklarte at i denne workshopen skulle de videreutvikle idéer og de konseptene vi hadde så langt. Vi hadde sammenstilt de fem ulike ideene som ble skissert på wireframes i workshop 2 til 5 ulike lavoppløselige papirprototyper. Disse skulle brukes til å videreformidle ideene vi hadde så langt. Se figur 7.



Figur 6. Deltakere viser frem sine skisser i plenum og samarbeider om prototyper.

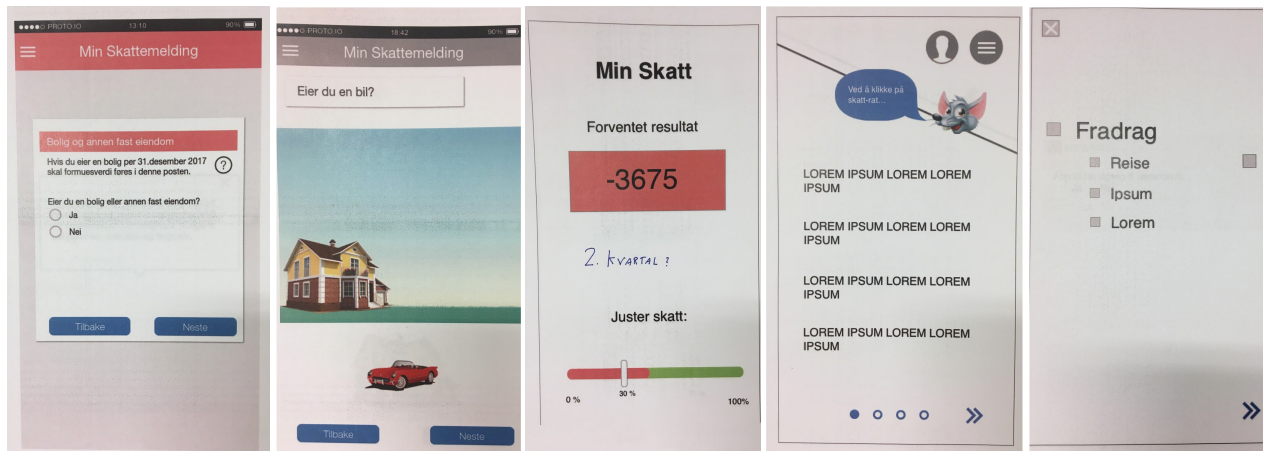
Vi startet med at alle deltakere fikk et hefte med de fem ulike prototypene, der de skulle reflektere rundt og evaluere de ulike forslagene. Dette gjorde de ved at de fikk snakke om hva de trodde prototypen viste, og deretter snakket de om hva som var bra eller dårlig med prototypen. Samtidig så fikk de tegne inn de endringene de så for seg og legge til egne forslag underveis. Etter at de gjorde dette med alle prototyper, gikk vi over til at de skulle lage sin egen prototype.

Her skulle de ta utgangspunkt i de prototypene de hadde fått sett og trekke ut det de likte for deretter å slå det sammen i en egen versjon. Videre fikk de vise frem designforslag der de fikk tilbakemelding på hva de likte med hverandres prototyper. Helt til slutt lagde vi en

oversikt sammen med deltakerne med punkter over de ting de likte med prototypene som ble laget slik at vi hadde en konkret utgangspunkt å ta med i videre workshops.

3.2.4 Resultat

Figur 7 viser bilder av prototypene vi lagde av skissene fra workshop 2, som deltakerne i workshop 3 tok utgangspunkt fra når de laget nye designforslag som blir presentert i figur 8.



Figur 7.1

Figur 7.2

Figur 7.3

Figur 7.4

Figur 7.5

Figur 7.1: Prototype av interaksjonen når du fyller ut informasjon om deg selv, der du stegvis svarer på kun ett spørsmål om gangen.

Figur 7.2: Konseptet var noe man kunne oppdatere gjennom hele året, som f.eks. endringer i forhold til boligkjøp, sivilstatus og lignende. Dette gjøres ved å flytte ikoner som representerer de ulike tingene.

Figur 7.3: “Skatteoversikt” over hvor mye du har skattet hittil i året, og hvor du får en kvartalsvis beregning om du har gått i plus eller minus i skatt.

Figur 7.4: “Skatt-man” er en figur som skal være tilgjengelig og fungere som en hjelper til det brukeren har spørsmål om.

Figur 7.5: En kvitteringsfunksjon hvor du skal lagre alle kvitteringer knyttet til ting som kan gi avdrag på skatten, slik som transport- og reisekostnader eller allergier.

Prototypene som vi utviklet sammen med deltakerne, hadde i hovedsak fokus på både “role” og “look and feel”. *Role* referer til hvilken rolle en artefakt kan spille i brukerens liv, og hvorvidt den er nyttig. *Look and feel* sikter til opplevelsen brukeren har når de anvender den, hvordan den kjennes- og ser ut (Houde og Hill, s.3, 1997). Noen av prototypene var mer rettet mot rolle, som f.eks. prototypen med kvitteringsfunksjonen. Der var fokuset på hvor denne funksjonen skulle være veldig tilgjengelig for brukeren, og hvordan den skulle brukes “på farten”. Prototypen med en “hjelper” (figur 7.4) blir mer forbundet med *look and feel*, der prototypens formål var å undersøke et behov for trygghet.

ikke nødvendigvis er eksperter på domenet og at de nødvendigvis ikke er engasjert i temaet. Verne og Braaten (2014) presenterer de tre konseptene vi har brukt; *trigger*, *motivere* og *evne* for å trigge en atferdsendring mot en positiv innstilling til temaet.

Utfordringen vår var å *trigge* deltagelse ved å gjøre noe kjedelig spennende. Vi startet derfor alle workshopene våre med enkle og morsomme oppgaver, eksempelvis Tellestrasjon og beskrive opplevelser med emojis. Vi opplevde at når de fikk mulighet til å snakke om egne opplevelser og utfordringer, så skapte det engasjement til å lære mer om Skattemelding og et ønske om å aktivt delta videre i workshopen.

Vi *motiverte* ved å skape et rom hvor deltakerne kunne uttrykke seg, og svare på deres fortellinger. For å legge til rette for aktiv deltagelse må det gi mening for deltakerne å delta (Ssozi-Mugarura, Blake og Rivett, 2017). Samarbeid rundt et felles mål om å komme opp med alternative løsninger til dagens skattemelding var nødvendigvis gitt for deltakerne fra starten av. Det vi opplevde som en gjennomgående motiverende faktor var å dele egne historier rundt opplevelser om skattemeldingen. Blant annet så ble delt frustrasjon en drivkraft for å skape dialog rundt løsningsforslag. Vi svarte på fortellingene som ble delt ved å blant annet gi dem tips til skattemeldingen som gjorde at de kunne spare penger. Slik vi så det, bygget dette opp under en følelse av at de alle hadde noe å vinne på å delta i design om en bedre løsning. Dette bidro til å øke tilliten mellom deltakerne og tilhørighet til workshopens mål.

I første workshop fikk vi bekreftet at kunnskapsnivået om skatt var relativt lavt blant alle deltakerne. Vi så at noen av dem var nølende rundt å komme med forslag eller kritikk fordi de var usikre på om det var grunnet i korrekte opplysninger. For å ta høyde for dette valgte vi å inkludere aktiviteter med formål om å øke deres *evne* til å delta aktivt. I forkant av workshops gav flere av deltakerne i uttrykk at de var usikre på hva de kunne bidra med til vårt prosjekt fordi de hadde begrenset kunnskap om skatt og teknologi. Vi opplevde at det var viktig for deltakerne å få bekreftet hvilke forventninger det var til dem før de kunne forplikte seg til å delta. Usikkerhet rundt verdien av deres bidrag i designprosessen gjaldt også deltakernes kreative evner. Det at vi fortalte at prosjektets suksess ikke ble målt på deres idéer og prestasjoner åpnet derfor for mer aktiv deltakelse, da flere deltakere uttrykte bekymring rundt at ideene deres ikke var gode nok. For oss ble det her også tydelig at det var et skille mellom det å bidra til å øke deltakernes ferdigheter og å bidra til deres tiltro til disse. Dette var noe vi kunne gitt mer oppmerksomhet i designprosessen, men noen grep vi gjorde var være tydelig på å si ifra at ingenting er feil, og man ikke trenger gode tegne- eller teknologi-ferdigheter.

Ssozi-Mugarura et al. (2017) viser i sin studie at det å vise hensyn til feedback fra brukere kan bidra til å gradvis endre ulikheter i makt og gjøre deltakerne mer selvsikre i sin deltakelse. Relasjonen mellom deltakere er noe som endres over tid, det å skape relasjoner for å fostre aktiv engasjement og genuin deltakelse kan ta mer enn én workshop. En utfordring som ble tydelig i vårt prosjekt var derfor at verdien av aktiviteter for å skape engasjement basert på motiverende faktorer slik som tillit og å øke deltakernes evne til å delta, ikke ble videreført mellom workshops. Hvis vi hadde samme deltakere i alle workshops kunne deltakerne også eksempelvis lettere kjenne igjen egne bidrag i evolusjonen av prototyper mellom workshopene.

5.3 Genuin deltakelse?

Gjennom designprosessen har vi forsøkt å sikre *genuin deltakelse* hovedsakelig ved at vi gjennom workshopene la til rette for aktiv deltakelse i å undersøke og forstå utfordringer ved eksisterende praksis og skape designløsninger som svarer til disse. For en mer utførlig analyse av deltakelse i designprosessen vil vi med utgangspunkt i Bratteteig & Wagner (2014) sitt analytiske skille for å undersøke deltakelse i designprosesser. Her vil vi forsøke å gi et bilde av hvilken rolle deltakere har spilt i måten valg har blitt identifisert, valgt i mellom, gjennomført og evaluert.

I grove trekk har det vært to områder for valg som ikke ble foretatt på en deltakende måte. For det første gjelder dette design av designprosessen - vår visjon for prosjektet og valg av metoder og teknikker for å inkludere deltakerne. For det andre har vi foretatt flere valg i måten resultater fra hver workshop har blitt videreført til neste workshop.

Der deltakere først og fremst har hatt en aktiv rolle i å ta beslutninger har vært i workshopene. Her var vi mest opptatt av å ha en veiledende rolle gjennom å velge hensiktsmessige metoder og verktøy for *making* og *telling*. I hver av workshopene var vi opptatt av å balansere dialogen mellom det som hjelper deltakerne å beholde et tydelig referansepunkt til *det som er* og det som hjelper dem å fremme diskusjon om *hva som kan være*.

I første workshop hadde vi en telling-aktivitet og en kritikkfase, som gav deltakerne mulighet til å dele historier om tidligere opplevelser. Formål her var å utarbeide felles forestillinger om utfordringer ved dagens praksis, som grunnlag for å identifisere valgalternativer for forbedringer. En av teknikkene vi benyttet oss av for å forankre dialogen rundt dette, var å gi dem en mal på skattemeldingen. Vi merket fort at dette resulterte i en detaljorientert diskusjon relatert til utformingen av denne. Videre så vi at de også tok med seg dette fokuset over til fantasifasen, og vi valgte derfor å fjerne malen for skattemelding i et forsøk på å åpne dialogen. I tillegg presenterte vi dem for et narrativ; ”se for deg en fremtid der alt er mulig, hva vil den ultimate løsningen på de identifiserte problemene være?” Vi så en umiddelbar effekt på hvordan dialogen rettet seg fra valgalternativer, som å forbedre språket i skattemeldingen til assisterende roboter. Dette illustrerer hvordan valg med hensyn til teknikker og metoder kan gi designere makt til å styre hva deltakerne legger vekt på - hva deltakerne ser. Dette kan ses i sammenheng med utfordringer ved å lukke *problem-rommet* for tidlig i prosessen, hvor vi risikerer at noen utfordringer ved dagens situasjon blir usynlig for brukeren (Bratteteig & Wagner, 2014 s. 30).

Måten vi som designere la til rette for et snevert fokus i utforskning av problemområdet bidro til å begrense *imagination* rundt mulige fremtidige scenarier for praksis også videre i designprosessen. Vi lot resultatene fra hver av workshopene bidra til å legge rammene for etterfølgende workshop. På denne måten bidro også deltakerne til å legge rammer for hverandres valg. Samtidig ønsket vi at *design moves* gjort i foregående workshop ble evaluert av de nye deltakerne. Her gav vi dem mulighet til å vurdere suksessen av valget for så å velge å gå videre med det eller ”gå et skritt tilbake” for å teste ut andre alternativer. Et eksempel på dette var at vi tok utgangspunkt i at deltakere fra workshop 1 valgte at designløsningen skulle være i form av en applikasjon eller nettside. Deltakerne i workshop 2 fikk evaluere forslag til

funksjonalitet fra tidligere deltakere og utdelt *generative tools* i form av tomme *wireframes* for mobil og nettleser som utgangspunkt for å lage lavoppløselige prototyper.

Eksemplet ovenfor illustrerer også hvordan valg vi tok mht. å videreformidle resultater mellom workshops fikk konsekvenser for hvilke designalternativer som ble tatt med videre i prosessen. Valg av *generative tools* gjorde at deltakerne ikke kunne jobbe videre med ideen om opplæring i skolen, som også ble foreslått i foregående workshop. Dette valget ble tatt på bakgrunn av vår opprinnelige visjon om å lage en IT-prototype. Disse effektene mellom valg utartet seg ofte uten at vi hadde et bevisst forhold til det. Vi erfarte derfor at det var nødvendig med et bevisst fokus på konsekvensene mellom valg tatt i ulike stadier i prosjektet for å gjøre disse relasjonene synlig.

Hvordan våre valg påvirket deltakernes valg, ble også tydelig i overgangen mellom workshop 2 og 3. Her tok vi et aktivt valg om å gjøre deltakernes skisser mer høyoppløselige med grafiske verktøy, som vi presenterte på siste workshop. På dette tidspunktet hadde vi ulike designalternativer som ble utgangspunkt for en evaluering gjort av deltakerne i siste workshop. Deltakerne i denne workshopen viste en tendens til å snakke spesielt positivt om den prototypen som var mest høyoppløselig og dermed så mest ut som en ferdig løsning. Det kan tenke seg at deltakerne ble, slik Bratteteig & Wagner (2014) skriver, ”forført” av pene prototyper som fremstår som ferdige.

5.5 Gjensidig læring

Vi vil her trekke frem to aspekter ved vårt prosjekt som resulterte i at *gjensidig læring* trolig utartet seg annerledes enn det som er typisk for PD. For det første er skattemelding noe alle i målgruppens aldersgruppe må forholde seg til, og plasserer derfor også designerne innenfor målgruppen. For det andre omfatter målgruppen et relativt stort segment av befolkningen, så det eksisterer ikke en ”lokal” tradisjon rundt praksis i samme forstand som eksempelvis på en arbeidsplass. Gjensidig læring skjedde derfor ikke i form av læringsutveksling mellom en gruppe designere og deltakere fra et *community* med spesifikk kunnskap om praksis.

Det vi lærte i løpet av prosessen, var at mekanismene som gir praksis en delt mening blant deltakerne kan undersøkes på to nivåer. (1) For det første på et mer overordnet nivå, hvordan historier blir fortalt og gjenfortalt i samfunnet. Deltakerne refererte til hva de hadde blitt fortalt av andre og informasjon de hadde fått gjennom media, i tillegg til de ulike informasjonskanalene til offentlige instanser. (2) For det andre på et individnivå. Deltakerne refererte til egen praksis rundt å finne informasjon, fylle ut og sende inn skattemelding. Det ble tydelig for oss at dette resulterte i ulike mentale modeller om skattemeldingen hos deltakerne, hvor noen også var basert på feilinformasjon. Det var i tillegg variasjoner i hvor detaljert disse var. Generelt var kunnskapsnivået om skatt ganske lavt, men noen få av deltakerne kunne en del mer enn de andre. Dette var også tilfelle for oss som designere, som heller ikke hadde noen spesiell ekspertise på skatt.

På bakgrunn av beskrivelsen ovenfor kan vi forstå workshops som en fortsettelse av nivå 1-læring, men innenfor rammene av prosjektet. Vi delte kunnskap om skatt generelt og erfaring med skattemeldingen spesielt, i tillegg til å oppdrive mer kunnskap fra diverse informasjonskanaler. For at alle skulle ha en felles forståelse rundt grunnleggende terminologi hadde vi oppvarmingsaktiviteter som Tellestrations med skatteord og quiz. Slik ble

det også enklere for oss å forstå konseptene og idéene, men også overføre denne kunnskapen til de neste deltakerne ved neste workshop.

Hvis vi hadde inkludert en deltaker med ekspertise på skatt så ville det trolig gjort en stor forskjell i å informere designprosessen. Dette er kanskje den største svakheten ved vårt prosjekt. Blant annet ble det vanskelig for oss å vite om deltakers påstander om skatt var sanne. Eksempelvis foreslo en av deltakerne en automatiseringsløsning som vi senere fant ut at allerede var på plass i dag. En domeneekspert ville trolig bidratt til å sikre at designidéer bygget på mer korrekt forestillinger om utfordringer med dagens praksis. Det ville også vært fordelaktig å inkludere en interessent fra skatteetaten i designprosessen for å avklare hvilke idéer som faktisk var gjennomførbare.

I vårt prosjekt ble derfor kunnskap om skatt, teknologi, digitale løsninger og opplevelser rundt skattemelding noe vi alle kunne dele og lære om sammen. Ved å kartlegge deltakernes kunnskap i oppvarmingsdelen kunne de andre deltakerne raskt se hvem som satt på spesifikk kompetanse som kunne være interessant. For eksempel kunne en av deltakerne en del om skatt, en annen deltaker hadde mye kunnskap rundt tekniske muligheter og bidro med dette. Andre deltakere kunne bringe inn kreativitet og estetiske ferdigheter. Deltakerne var vant med å tenke hvordan problemer kan løses med teknologi, som verktøy for å oppnå ulike mål i hverdagen. Flere ganger så vi at de refererte til bruk av digitale løsninger for å argumentere for designalternativer.

Siden vi ikke brukte samme deltakere kunne vi ikke lære om dem for så å tilpasse metoder og teknikker spesielt til dem. Allikevel opplevde vi at det var en fordel at vi som designeren var en del av målgruppen, noe som gjorde det enklere å finne hensiktsmessige metoder for aktiv deltakelse. Vi erfarte eksempelvis at metoder vi benyttet oss av for å trigge til motivasjon og holde motivasjonen oppe i løpet av aktivitetene fungerte godt. Vi forstod at deltakerne er mennesker med et visuelt språk, der vi f. eks. brukte *emojies* som en måte å møte deltakerne der de er, slik at de ikke trengte å bruke ”skattespråk” for å delta i diskusjonen.

Det hadde vært fordelaktig at de samme deltakerne deltok i alle aktivitetene, slik at workshops kunne fungere som plattform for å bygge kunnskap over tid. Gjensidig læring startet på nytt for hver workshop. Dette var spesielt problematisk ettersom når prototypene ble mer høyoppløselige ble også diskusjonene rundt dem mer fokusert og detaljert (Houde & Hill, 1997). Dette førte til at kunnskap om skatt ble viktigere inn for hver workshop. Vi forsøkte å tilrettelegge for dette behovet ved å øke fokus på læring spesielt i oppvarmingsdelen i siste workshop. Det vi opplevde som skapte kontinuitet mellom aktivitetene, var at vi i alle workshopene diskuterte samme praksis. Her brakte nye deltakere med seg nye perspektiver og fikk bygge videre på andre deltakers representasjon av hva fremtidig praksis kan være. Slik sett kan vi også se det som at det var en gjensidig læring mellom deltakere i workshop 1, 2 og 3, når de ble presentert for prioriteringer og ønsker fra tidligere deltakere.

6. Konklusjon

Vi har i dette prosjektet gjennomført en deltagende designprosess gjennom tre workshops. Dette har gitt oss mulighet til å lære om og teste ut en rekke ulike teknikker og metoder for å legge til rette for gjensidig læring og *co-creation*. Dette har vært veldig lærerikt, men vi har også møtt på ulike utfordringer på veien. En stor utfordring har vært å få de samme deltakerne til å delta gjennom hele prosessen. Dette har gjort at noe av verdien av aktiviteter vi utførte, eksempelvis i form av engasjement og gjensidig læring, ikke ble videreført mellom workshops.

I denne rapporten har vi forsøkt å svare på problemstillingen:

“Hvordan kan vi som designere, sammen med brukere mellom 18-26, år bidra til en engasjerende deltagende prosess om hvordan skattemeldingen kan bli enklere?”

Slik vår problemstilling tilsier, så har det å vekke engasjement hos deltakerne vært en sentral del i vårt prosjekt. Dette har gjort at tilrettelegging, slik som valg av aktiviteter, har vært ekstra viktig for oss for å imøtekomme dette. I grove trekk har vi trigget deltakelse gjennom enkle og morsomme oppgaver. Vi *motiverte* ved å skape et rom hvor deltakerne kunne uttrykke seg, og svare på deres fortellinger. I tillegg til å øke deres ferdigheter, og tiltro til disse, for aktiv deltagelse. Det har i dette tilfelle vært en fordel at vi selv er i målgruppen, slik at vi enklere har kunnet tilpasse aktiviteter til deltakerne.

Veien videre hadde vært å arrangere en workshop, hvor vi begrenser enda mer hvilke teknologier som skal tas i bruk, samt involvere Skatteetaten for å inkludere domene-eksperter for tilbakemeldinger.

7. Referanser

Brandt, E. (2007) How Tangible Mock-Ups Support Design Collaboration. *Knowledge, Technology & Policy*. 3(20), s. 179-192, doi: 10.1007/s12130-007-9021-9

Brandt, E., Binder, T. og Sanders, B.-N., E. (2013). Tools and techniques: ways to engage telling, making and enacting. I Simonsen, J., & Robertson, T. (Red.), *Routledge International Handbook of Participatory Design* (s. 145-178). New York: Routeledge.

Bratteteig, T. & Wagner, I. (2014) Design decisions and the sharing of power in PD. *PDC '14 Proceedings of the 13th Participatory Design Conference: Short Papers, Industry Cases, Workshop Descriptions, Doctoral Consortium papers, and Keynote abstracts*. (2), s. 29-32. doi:10.1145/2662155.2662192

E24 (2012, 29. april) *Mange går i selvangivelse-fella*. Hentet fra: <http://e24.no/naeringsliv/taper-penger-fordi-de-ikke-sjekker-selvangivelsen/20198683>

Gaver, W., Boucher, A., Pennington, S., Walker, B. (2004) Cultural probes and the value of uncertainty. *Magazine interactions - Funology*, 5(11), s. 53-56, doi:10.1145/1015530.1015555

Houde, S., & Hill, C. (1997) What do Prototypes Prototype? *Handbook of Human-Computer Interaction (2nd Ed.)*. Hentet fra: <http://hci.stanford.edu/courses/cs247/2012/readings/WhatDoPrototypesPrototype.pdf>

Joshi, S.G., Bratteteig, T. (2015) Assembling fragments into continuous design: On participatory design with old people. *Nordic Contributions in IS Research* (s. 13-29). Oulu: Springer.

Sanders, B.-N. E., Stappers, J., P. (2008). Co-creation and new landscapes of design. *Design Participation(-s)*, 1(4), s. 5-18, doi: 10.1080/15710880701875068

Schön, D., & Wiggins, G. (1992), Kinds of seeing in designing. *Creativity and Innovation Management*, 2(1), s. 68–74. doi:10.1111/j.1467-8691.1992.tb00031.x

Skatteetaten (2017a). Vårt samfunnsoppdrag. Hentet 23. november fra: <http://www.skatteetaten.no/no/Om-skatteetaten/Om-oss/Vart-samfunnsoppdrag/>

Skatteetaten (2017b). Skattemelding. Hentet 7. november fra: <http://www.skatteetaten.no/no/Person/Selvangivelse/>

Simonsen, J. & Robertson, T. (2013) Participatory Design. I Simonsen, J., & Robertson, T. (Red.), *Routledge International Handbook of Participatory Design* (s. 1-17). New York: Routeledge

Ssozi-Mugarua F., Blake, E., og Rivett, U. (2017) Codesigning with communities to support rural water management in Uganda. *Participatory Design in an Era of Participation*. 2(13), s. 110-126. doi:10.1080/15710882.2017.1310904

Verne, G. & Braaten, I. (2014) Participation for the unengaged. *PDC '14 Proceedings of the 13th Participatory Design Conference: Short Papers, Industry Cases, Workshop Descriptions, Doctoral Consortium papers, and Keynote abstracts*. (2), s. 1-4. doi:10.1145/2662155.2662175

Appendix

Samtykkeerklæring

Prosjektet

Masternivåkurset vi gjennomfører er "Eksperimentell design av IT" fra Universitetet i Oslo. Vi har som oppgave å gjøre et velferdssystem enklere ved hjelp av å involvere brukere. I vår oppgave fokuserer vi på Skattemeldingen.

Vårt mål i denne fasen av prosjektet er å ha en workshop med personer som benytter seg av Skattemeldingen, og identifisere de forskjellige utfordringene som brukerne opplever. Ved hjelp av workshopene skal vi utarbeide ett eller flere forbedringsforslag. Deretter vil de bli brukt til (mulig) videreutvikling av et løsningsforslag, som blir dokumentert i form av en presentasjon og rapport og eventuelt brukt i en neste workshop.

Gjennomføring

Det vil bli tatt bilder og korte videoklipp i løpet av workshopen. Dette er et hjelpemiddel for oss for å dokumentere prosessen, og f.eks. ideer og tanker som kommer opp under workshopen.

Persondata vi samler inn er kun: Kjønn, alder, yrke og evt. interesser. Vi skriver ikke ned navn og du vil forbli anonym ved siteringer og ideer. *Du vil derimot kunne bli identifisert med bilde og/eller video, men ikke med navn.*

Frivillig deltagelse

All deltagelse er frivillig, og du kan når som helst velge å ikke svare på et spørsmål, forlate workshopen eller trekke tilbake informasjonen som er gitt under workshopen.

Taushetsplikt

All sensitiv informasjon som blir samlet inn under workshopen vil være konfidensiell. Dialoger, sitater og ideer som fremkommer gjennom workshopen vil være anonymisert og vil ikke kunne knyttes opp til deg som person ved hjelp av navn. Den endelige rapporten vil inneholde bilder og/eller video, og kan bli publisert offentlig.

Før workshopen ber vi deg om å samtykke i deltagelsen ved å undertegne på at du har lest og forstått informasjonen på dette arket og ønsker å delta.

Jeg gir tillatelse til å utføre workshopen og er innforstått med informasjonen over.

Sted og dato

Signatur til intervjuer

Signatur til intervjuobjekt

Har du spørsmål til oss eller vårt prosjekt kan du kontakte oss på danilan@ifi.uio.no
Har du spørsmål til kurset og lederen i kurset kan du kontakte Guri Birgitte Verne på guribv@ifi.uio.no