

Brugers værdier i interaktionsdesign

Mette Mark Larsen

Denne afhandling beskæftiger sig med værdikoncepter og relaterede metoder. På grundlag af undersøgelser af dagligdagens køkkenliv forståeliggøres en *værdikonception*, som kan benyttes i forbindelse med interaktionsdesign. *Brugers værdier i interaktionsdesign* udvikler en alternativ værdiforståelse til den konsument- og holdningsrelaterede værdiopfattelse, som primært er beskrevet i marketings- og forbrugerundersøgelser. Der sættes fokus på *brugers værdier*, i betydningen at mennesker *har værdier* og at *design kan skabe værdi*. Denne hypotese taler for *Values-in-Action*, som værende et forståelses- og empati-drevet perspektiv, der muliggør at indbygge værdiundersøgelser og overvejelser i designpraksis. Således udvides den traditionelle kognitiv orienteret diskussion om værdi og værdier med en krop og aktionsfokus. Dette muliggør et friskt indblik i potentiel computeroptimeret køkkendesign, og brugerværdi sættes i et aktionsorienteret innovationsfremmende perspektiv.

Afhandlingen begynder med gennemgang og analyse af business litteratur. Derefter opbygges og henvises gradvist til værdibegrebet, tilpasset et interaktionsdesignfokus. Gennemgangen af empirisk materiale fra talrige køkkenopstillinger giver mulighed for klargørelse af dagligdagens køkkenaktivitet, samt indblik i den udbredte værdiopfattelse. Undersøgelserne omfatter forskellige områder, spændende over geografiske og kulturelle arenaer (New Zealand, Tyskland, Holland, Danmark), forskellige husholdningstyper (fra unge par til familier med børn i og udenfor hjemmet, diverse beskæftigelsesforhold, etc.), samt variationer af metoder til brugerinddragelse (fra etnografiske studier til spørgeskemaer). Det deraf følgende *kitchen practice synthesis* fremhæver forskellige *facets of practice*, som forklarer drivkræfter der er medskabende for køkkenpraksis. Ligeledes fremhæves en mere holistisk og overaltværende opfattelse af mennesker i køkkener som *crafting practitioners* i en *action context*. Der peges på en styrkeforskel mellem den centrale informations- og teknologitænkning i forbindelse med innovative bestræbelser. I lighed med businessperspektivet gengiver dette en *means-end* forståelse af menneskets adfærd som udelukket målrettet og rationelt tænkende, hvilket indebærer risiko for vildledende designprojekter. Derefter ses

nærmere på aktuelt design med en beskrivelse af værdisætning, og hvordan denne vurdering relateres til mere fundamentale værdier. Det foreslås at betragte det menneskelige individiums væremåde, gøremåde samt evner som det centrale grundlag for fremtidige designløsninger.

Tilsammen dannes grundlaget for konceptionen af værdi og værdier for interaktiv design: *Values-in-Action*. Der henvises til konsekvenser for design aktiviteter, som er uddybet i en tværfaglig diskussion i de to sektioner: (1) *talking about and engaging with users* og (2) *dealing with user (value) insights*. Det beror på relativt fundamental-teoretiske og praktiske spændinger mellem marketing og design. Metodiske projektovervejelser fremhæver koncepterne *value gate* og *value landscaping* som vejledende for tværfagligt projekt- og designsamarbejde. I stedet for at fiksere et individ som passiv forbruger aktiverer dette en produktiv opfattelse i mennesker. Det belyser brugerinvolvering som en udfoldelse af designmuligheder snarere end en opsamling af brugerværdi-facts, der ville kunne indsnævre og dermed modsige udviklingen af potentiel designinnovation. Der skabes en menneske-centreret forståelse af innovation. I forlængelse af den handlingsorienterede opfattelse af mennesker og kontekst, foreslås *Action Technology*, som en alternativ paradigme. Dette ville forene interesserne i aktion og værdi, og synes i stand til at kunne lede visioner og praksis for fremtidens interaktive teknologi-designer.

Køkkenets erfaringsfilosofi er delt i tre.

For det første er køkkenundersøgelser afgørende for at gøre værdi-diskussionen relevant med hensyn til design og således åbne for *Values-in-Action* konceptualisering og efterfølgende konsekvenser i design processen.

For det andet hjælper køkkenrutine med at finde muligheder for konkrete interaktive designløsninger. Disse muligheder betones af nogle centrale forståelser fra køkkenpraksis sat i relation til *design experiments*; tre mikrobølgeovns-koncepter der undersøger forskellige nuancer af håndgribelig interaktion. Indblikket udfordrer derfor ofte stiliserede og idealiserede billeder af køkkenpraksis og køkkendesign. Det giver et nyt syn på den rolle, nye teknologier kan eller bør spille.

For det tredje foreslås måder at håndtere værdier i designprocesser på, som ikke er udelukkende relateret til køkkendesign. Dette er forankret i metodeovervejelser fra to af projektets sager og bygger på feltarbejdets afledte konceptualiseringer af

mennesker, kontekst, teknologi og værdi (*crafting practitioner, action context, Action Technology, Values-in-Action*). Derfor spiller køkkenets kontekst en central rolle i hele afhandlingen og har en elementær funktion i bestræbelserne for at fremprovokere snævre værdiforståelser og tilhørende indskrænkede metodiske overvejelser.

Undersøgelsen af køkkenpraksis og værdi tilsammen fører til vejledende principper for, hvordan design skal "se ud", og hvordan vi skal designe. Afhandlingen giver et nuanceret, værdi- og aktions-centreret perspektiv af hverdagens køkkenpraksis og skaber kontekst-følsomme og reflekterede åbninger for udviklingen af fremtidens teknologi. Værdibegrebet gøres relevant for konkret forbrugerinteraktion og der foreslås at der benyttes en handlingsrettet betragtning og koncept til interaktiv design. Samtidig understreger afhandlingen vigtigheden af en tværfaglig dialog mellem forbrugercentrerede områder og designområdet.