

Brugerdreven innovation **Metodekort**

INTRODUKTION TIL METODEKORTENE

Metodekortene er en samling af nogle af alle de metoder, som vi i Alexandra Institut-tet bruger i vores arbejde med brugerdreven innovation. De giver tilsammen et bredt billede af de mange muligheder, der er for at involvere brugerne i udviklingsprojekter, og hvilken værdi det har tilført i konkrete projekter.

VI HÅBER AT KUNNE INSPIRERE

Alexandra Instituttet har en lang tradition for at involvere brugere. Vi håber, at denne samling giver en indføring i, hvad vi mener, når vi siger, at vi arbejder med brugerdre-ven innovation i Alexandra Instituttet.

Vi håber, at de mange cases vil være med til at vise, hvordan en bevidst involvering af brugere kan gøre en positiv forskel og sikre, at det endelige produkt eller service imødekommer reelle behov hos brugerne. Og at metodekortene kan inspirere virk-somheder til, hvordan brugere kan inddrages i projektudviklingen.

DU ER VELKOMMEN TIL AT KONTAKTE OS

Metodekortene er udviklet i tæt samarbejde med en lang række af medarbejdere fra Alexandra Instituttet. Vil du høre mere om, hvordan vi arbejder med brugerdreven innovation, og er der udvalgte metoder eller cases du er særligt interesseret i, så er du velkommen til at kontakte os.

ALEXANDRA INSTITUTTET A/S

Åbogade 34
8200 Aarhus N
T 70 27 70 12

ÉN METODE KAN BRUGES I FLERE FASER

Metoderne er grupperet inden for fire innovationsfaser, men mange af metoderne bruger vi i forskellige variationer inden for alle faserne af et udviklingsforløb. Vi har her placeret metoderne efter deres konkrete anvendelse i en case, men i oversigten kan du se, hvilke andre faser metoderne typisk bliver brugt i.

ÉN ITERATIV PROCES

Oversigten er for overskuelighedens skyld lavet som en lineær proces, men det er meget vigtigt at understrege, at vores udviklingsforløb typisk foregår som en iterativ proces.



ÉN METODE STÅR SJÆLDENT ALENE

Vi bruger typisk en kombination af forskellige metoder i vores projekter. Hvilke metoder, vi vælger at anvende, og hvordan vi bruger dem, afhænger helt af problemstillingen, og hvad vi ønsker at opnå.

Vi har en udviklingsorienteret tilgang til vores metoder. Det betyder, at en metode aldrig er helt den samme. Vi tilpasser og forbedrer hele tiden vores metoder og afprøver løbende nye måder at inddrage brugere på.

BRUGERDREVEN INNOVATION ER IKKE BARE NOGET MAN GØR

Det er vigtigt at understrege, at metodekortene ikke er en trin for trin indføring i, hvordan de forskellige metoder udføres. At arbejde med brugerdreven innovation kræver faglighed og erfaring, så man sikrer, at man får det ønskede udbytte af at involvere og interagere med brugerne i løbet af et projekt.

Alexandra Instituttet tager udgangspunkt i samfundsmæssige problemstillinger og primært i virksomheders og organisationers behov for at udnytte de nyeste forskningsresultater til innovative løsninger. Vi praktiserer anvendelsesorienteret it-forskning på en særlig måde. Vi kalder det forskningsbaseret brugerdreven innovation – en sammentænkning af det kommercielle, relevant forskning og brugerinddragelse.

Metodekortene er udviklet i forbindelse med projektet Sund Innovation i Randers Sundhedscenter, som er finansieret af Erhvervs- og Byggestyrelsen, Region Midt og Randers Kommune.

Deltagerobservation

METODEBESKRIVELSE

Deltagerobservation er en antropologisk metode, hvor antropologen bruger sig selv som redskab og søger at forstå de situationer, som hun studerer indefra, altså ud fra situationernes egne regler og logik.

VÆRDI

Målet er at 'komme ind i verden' for at forstå den. Og ved at lære vejen ind, lærer antropologen også på en eksplicit måde de sociale spilleregler og erfarer herved de ellers usynlige og selvfølgelige sociale relationer og fænomener. Usynlig kropsliggjort viden og selvfølgeligheder i det sociale fællesskab kan således igennem antropologens arbejde ekspliciteres og dokumenteres igennem feltnoter.

PROCES

Deltagerobservation kan med fordel bruges igennem hele BDI-processen både til at definere og fokusere interessefeltet, men også til at teste prototype og evaluere på lancerede produkter.

I observationerne har antropologen en åben tilgang og lader sig forundre og forsøger at forstå de andres logik frem for sin egen. Antropologen bevæger sig i spændingsfeltet mellem rene observationer og fuld deltagelse ved at gøre brug af forskellige del-praksisser, så som observationer, small talk, imitationer, simuleringer, uformelle situerede interviews, skygninger og deltagelse i diskussioner og daglig praksis, som kompetent medlem af gruppen. Alt dette dokumenteres i form af feltnoter under og efter deltagerobservationen. Brugerne er i deres vante kontekst og udfører deres daglige gøremål og vaner. Samtidig indgår og 'forstyrrer' antropologen også i denne dagligdag med sin tilstedeværelse og åbner op for refleksion hos brugerne.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Deltagerobservation



Fotograf: Morten Fauerby

CASE

I projektet "Minimum Configuration Home Automation" blev deltagerobservation brugt i starten af BDI-processen til at fokusere interessefeltet samt at afdække behov og mulighedsrum ift. en energistyringsenhed til private hjem.

Projektets antropolog opholdt sig i en families hjem over 3 dage og indgik i deres dagligdag. Konkret bestod deltagerobservationen i at observere og skygge familiens praksis i og udenfor hjemmet og lave uformelle situerede interviews om denne praksis. Antropologen deltog så vidt muligt som medlem af husstanden ved fx at lave mad til familien og tage del i huslige pligter på lige fod med familiens medlemmer. Dette gav nødvendig viden om familiens liv i huset og brug af teknologi, som ellers ikke ville være kommet frem i interviews og andre metoder. Behov, der havde betydning for udviklingen af en energistyringsenhed.

LITTERATUR

Ind i verden. En grundbog i antropologisk metode af Kirsten Hastrup (Red.)
Writing ethnographic fieldnotes af Emerson af Fretz & Shaw
Feltarbejd i egen kultur af Cato Wadel

KONTAKTPERSON

Johanne Mose Entwistle
Johanne Korsdal Sørensen

Mobile Probes

METODEBESKRIVELSE

Mobile Probes er en metode, der sætter virksomheder og dens brugere i tættere dialog via mobiltelefonen. Grundtanken i metoden er at give brugerne en række opgaver, der kan være med til at afdække daglige behov, irritationsmomenter, drømme og oplevelser.

VÆRDI

Metoden er særligt anvendelig til at opsamle viden i mobile og private sammenhænge, hvor mange andre brugerinddragelsesmetoder kommer til kort. Mobiltelefonen er for langt de fleste mennesker i den vestlige verden en integreret del af dagligdagen og et redskab, som vi altid har på os .

Hvis man udtrykker sine opgaver rigtigt, er metoden ligeledes særdeles velegnet til at indfange ikke-erkendte behov hos brugerne.

PROCES

- ▲ Alexandra Instituttet aftaler sammen med virksomheden, hvad virksomheden gerne vil have ud af proben.
- ▲ Alexandra Instituttet designer en mobile probe.
- ▲ Brugere modtager og løser probe via mobiltelefonen.
Undervejs er der mulighed for interaktion mellem virksomhed og brugere (B2C), samt mellem brugere og brugere (C2C).
- ▲ Alexandra Instituttet fortolker inputs.
Ofte er det en god ide at fortolke data sammen med de inddragede brugere.
- ▲ Probe materialet præsenteres for ansvarlige stakeholders (udviklingsfolk, projektledere mv.) i virksomheden.

Krav til facilitator



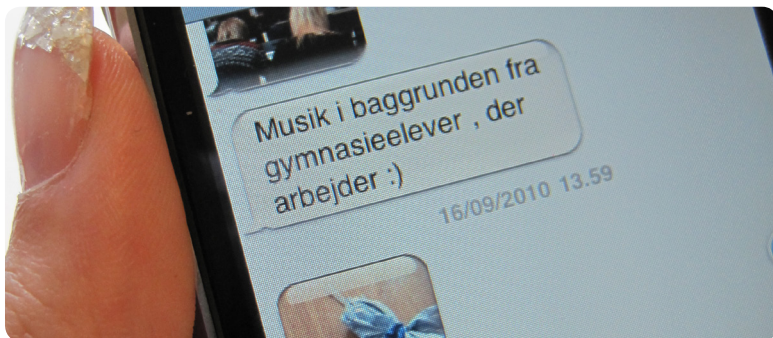
Tidsforbrug facilitator



Tidsforbrug deltagere



Mobile Probes



CASE

Hos møbelproducenten OJ Skolemøbler/HØJER møbler havde salgschef Rasmus Munch Pedersen en gammel succeshistorie: "Vi mødte engang en pedel, som selv havde lavet om på vores skolemøbler. Han havde monteret sæderne på en anderledes måde. Det viste han os. Vi tog ideen til os og har siden produceret både billigere og mere robuste stole til alles tilfredsstillelse."

OJ Skolemøbler ville gerne på lidt mere systematisk facon inddrage de mange pedeller, der dagligt har med virksomhedens stole at gøre, og som for størstedelens vedkommende er 'lead users' – altså brugere, der på egen hånd laver individuelle tilretninger af møblerne efter behov.

Derfor lavede Alexandra Institutet i samarbejde med OJ Skolemøbler en mobil probe, der over en uge stillede fire skolepedeller en række opgaver: "Vis os dit yndlingsskolemøbel", "Hvad er det værste møbel du har?", "Hvilke hjemmelavede møbelløsninger findes der på skolen?" osv.

Resultatet efter en uges mobile probe var en lang række billeder af møbler i alle afskygninger med tilhørende beskrivelser, samt en række uddybende fortællinger fra pedellerne, der på en opfølgende workshop fik lejlighed til at uddybe billeder og tekst med fortællinger og fremvisninger.

KONTAKTPERSON

Liselott Steensfeldt

Louise Lønborg Rustrup

Åbne interviews

METODEBESKRIVELSE

Åbne interviews er en metode, der er velegnet til at få interviewede til at udtrykke det, som de umiddelbart finder væsentligt i forhold til et emne.

VÆRDI

Åbne interviews giver et billede af, hvilke emner, der fylder mest hos den enkelte, og i en efterfølgende bearbejdning er åbne interviews et godt datagrundlag til at sammenligne holdninger; forstå årsagssammenhænge; og nuancere hændelser og holdninger i en organisation, når de forskellige stemmer brydes. Ved at analysere og syntetisere materialet opstår nye sammenhænge eller brydninger, som ikke var åbenbare fra starten.

PROCES

Åbne interviews giver mulighed for at fremkomme med individuelle holdninger i en tryk anonymiseret form, og dermed er interviewsessionen ofte en proces i sig selv, hvor det der fylder mest er den fortælling, som interviewpersonen er mest optaget af.

Krav til facilitator



Tidsforbrug facilitator



Tidsforbrug deltagere



Åbne interviews



CASE

I et advokatfirma ville man gerne fremme samarbejde i faggruppe teams og i det hele taget fremme samarbejde, videndeling og udveksling af sager på tværs i organisationen. Interviews i firmaet viste, at holdningen til arbejdet ikke ansporede til at arbejde i teams, og det blev ligeledes tydeligt, at det, medarbejdere og ledere anså for effektivt, var det individuelle arbejde.

Så her viste interviewopsamlingen, at holdningerne i virksomheden var ude af trit med den strategiske samarbejdsdagsorden, man forsøgte at indføre.

LITTERATUR

InterView af Steinar Kvale

KONTAKTPERSON

Eva Bjerrum
Anne Bøgh Fangel
John Simonsen

Contextual Inquiry

METODEBESKRIVELSE

Contextual inquiry er en metode, der kombinerer observationer med interviews. Metoden består typisk i, at man observerer brugeren udføre hendes daglige gøremål, samtidig med at man løbende spørger ind og taler om aktiviteterne.

VÆRDI

Contextual inquiry er en meget fleksibel metode, som kan udføres i næsten alle sammenhænge og i mange forskellige variationer. Metoden kan være med til at give detaljeret indsigt i konkrete arbejdsprocesser og levere konkrete input til teknologiske designs.

Kombinationen af observationer og interviews kan også være med til at afdække viden om brugernes arbejdsprocesser, som de ikke selv var opmærksomme på, og som det er svært at afdække med rene observationer.

Metoden er desuden særlig anvendelig i situationer, hvor det ellers er svært at lave rene observationer, fx i private hjem. Her medvirker interviewet til at skabe en afslappende ramme for observationerne.

PROCES

Contextual inquiry består typisk af tre faser:

- ▲ Briefing af deltageren: Deltageren informeres om processen, og der skabes gensidig tillid. Dette er særligt vigtigt, hvis aktiviteten foregår i deltagerens privatsfære og kan berøre emner af privat karakter.
- ▲ Interviewet: Deltageren går i gang med sine daglige gøremål. Deltageren forklarer, hvad vedkommende gør og indimellem spørger forskeren ind og de snakker om de ting, som deltageren foretager sig.
- ▲ Debriefing: Her reflekteres der over gøremålene og de umiddelbart opståede indsigter – ofte sammen med deltageren, så vedkommende har mulighed for at komme med ekstra input og forklaringer.

Krav til facilitator



Tidsforbrug facilitator



Tidsforbrug deltagere



Contextual Inquiry



CASE

I "SundtHjem"-projektet blev metoden anvendt til at opnå viden om, hvordan man lever med diabetes i hjemmet. Projektet handlede om diabetes, og vi ønskede at forstå diabetes i sammenhæng med eventuelt andre sygdomme og i hverdagslivet. I denne sammenhæng bestod interviewet af en rundtur i hjemmet, hvor deltageren fortalte om forskellige situationer og ting, som hun forbandt med sygdommen. Metoden gav samtalen omkring sundhed og sygdom kontekst, hvilket gjorde det nemmere for deltageren at forholde sig til emnet. Konteksten mindede desuden deltageren om relevante oplevelser og fortællinger.

LITTERATUR

Contextual Design: Defining Customer-Centered Systems af Beyer & Holtzblatt

KONTAKTPERSON

Eva Bjerrum

John Simonsen

Anne Bøgh Fangel

Café Workshop

METODEBESKRIVELSE

Café workshop er en brugerinddragelsesmetode, der er velegnet til at få ideer og holdninger fra mange brugere på én gang. Brugerne inddeles i grupper med forskellige temaer eller spørgsmål og med en facilitator, der styrer forløbet. *Café workshops* kan også tilrettelægges således, at brugerne selv vælger temaerne efter interesser.

VÆRDI

Brugerne kan komme til orde, få indblik i andres holdninger og få ejerskab til de efterfølgende beslutninger. Resultaterne af en *café workshop* kan analyseres og anvendes som et diagnoseværktøj til at karakterisere udfordringer og handlemuligheder i en organisation. Dermed får organisationen et aktivt redskab til den fortsatte organisations- og ledelsesudvikling.

PROCES

- ▲ Virksomheden udvælger et antal caféværter, som instrueres af Alexandra Institut-
tet i at facilitetere café workshops.
- ▲ *Café workshoppen* gennemføres og ideer og holdninger noteres ned af facilitatorer.
Efter workshoppen er gennemført opsummerer caféværterne hovedtrækkene til
deltagerne.
- ▲ Alle data bearbejdes og analyseres efterfølgende af Alexandra Institut-
tettet.
- ▲ Resultaterne præsenteres for virksomheden.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Café Workshop



CASE

Vi har rådgivet EnergiMidt i forbindelse med nybyggeri og nyindretning af eksisterende byggeri. EnergiMidt ønskede at skabe sammenhæng mellem de organisatoriske mål og indretningen og desuden afklare, hvordan værdierne i virksomheden kunne afspejles i indretningen af det nye byggeri og den eksisterende bygningsmasse. EnergiMidt ønskede at skabe sammenhæng mellem arbejdsformer og rum og havde fokus på at skabe ejerskab til forandringerne. Vi designede og faciliterede sammen med ledelsen en medarbejderinvolverende proces med udgangspunkt i vision og ledelsesmæssige rammer. Processens formål var at give visionen konkret indhold.

Medarbejderinvolveringen var med til at afdække behov og sikre, at medarbejderne kunne sætte deres fingeraftryk på forandringen. Resultaterne af processen blev opsamlet og analyseret. Analysen fungerede som et diagnoseværktøj til at vurdere, hvor parat organisationen var til at skabe sammenhæng mellem værdier, arbejdsprocesser og fysiske rum. Analysen identificerede desuden hvilke handlinger, der var nødvendige for at skabe den bedst mulige sammenhæng mellem disse tre elementer.

KONTAKTPERSON

Eva Bjerrum
Anne Bøgh Fangel
John Simonsen

Inspiration Cards

METODEBESKRIVELSE

Inspirationskort er en workshopmetode, der kan hjælpe med at generere og fastholde ideer til nye koncepter/produkter/services gennem anvendelsen af såkaldte "teknologikort" og "domænekort".

Teknologikortene viser eksempler på specifikke teknologier, som smartphones og interaktive skærme. Domænekortene viser billeder af mennesker, omgivelser, temaer og situationer fra det område man er inden for. Kortene bruges til at skabe overblik over muligheder og skabe en dynamisk ideudviklingsproces, hvor deltagerne inspireres til at tænke bredere både teknologisk, men også anvendelsesmæssigt.

VÆRDI

- Metoden kan med fordel bruges i de tidligere stadier i en designproces, hvor der gerne skal genereres så mange ideer som muligt, fordi det udvider mulighedsrummet.
- Metoden er god til at opbygge fælles forståelse og ejerskab til en design- og innovationsproces mellem domæneeksperter og designere.
- Metoden er specielt anvendelig for deltagere, der har "hands-on-experience". Det har sine fordele i en workshop, hvor størstedelen af den innovative designaktivitet og idegenerering foregår verbalt.

PROCES

Domæne- og teknologikortene præsenteres for deltagere for at opbygge en fælles forståelse af problemstillinger og muligheder bagved disse (shared understanding). Herefter bevæger man sig over i den mere produktive og innovative kreative proces (combination & co-creation). Først undersøges hvilke områder, temaer eller situationer ved domænekortene, der kan uddybes eller transformeres. Efterfølgende vælges der teknologikort ud fra, hvilken teknologi, deltagerne mener, er i stand til at sætte designkonceptet på benene. Der kan også vælges teknologikort først og derefter reflekteres over hvilke domæner, der vil give interessante koncepter.

Krav til facilitator

let

svært

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Inspiration Cards



CASE

Afholdelse af inspirationskortworkshop med deltagere fra LEGO og Alexandra Instituttet (repræsenteret ved designere fra Interactive Spaces og CAVI) med henblik på at udvikle designkoncepter for "Getting LEGO out of the box".

LEGO fortalte først om udfordringerne i butikkerne. De ønskede bl.a. at undersøge mulighederne for nye typer af 3D-markedsføring i butikkerne. Dernæst holdt Alexandra Instituttet et oplæg om forskellige teknologier. Efter aftale med LEGO havde Alexandra på forhånd produceret en række domænekort og teknologikort, som blev taget i brug ved den efterfølgende workshop. Deltagerne udviklede ved hjælp af kortene designkoncepter, som blev præsenteret og diskuteret. Udbyttet fra workshoppen var et visuelt bearbejdet idekatalog med afsæt i de bedste af de designkoncepter, der blev udviklet på workshoppen.

LITTERATUR

"Inspiration Card Workshop", artikel af Halskov & Dalsgård

KONTAKTPERSON

Liselott Stenfeldt
Jeppe Spure Nielsen

Dilemma Game

METODEBESKRIVELSE

Et *dilemma game* er et rollespil, hvor deltagerne spiller sig selv i tænkte, problematiske situationer, som præsenteres og styres af en provokatør/facilitator. Der kan udforskes både scenarier fra den nuværende virkelighed eller fremtidige scenarier, som fx gør brug af endnu ikke udviklet teknologi.

VÆRDI

Rationalet bag *dilemma games* er, at kritiske situationer kan indeholde nøglen til at forstå, hvad et givent system skal kunne håndtere og hvordan. Metoden er dermed brugbar som indledende øvelse ifm. idegenerering og til prototypeudvikling.

PROCES

I udførelsen af rollespillet er det vigtigt, at deltagerne ikke blot forholder til sig til, hvad de tænker, tror, og normalt ville gøre, men at facilitatoren/provokatøren tvinger dem til at forholde sig helt konkret til, hvad de gør i en given situation.

Hvis facilitatoren ikke finder nok dilemmaer i et givent scenarie, kan man vælge at bringe breakdown cards i anvendelse. Dette er små kort med en kort beskrivelse af fx en hændelse, som forøger kompleksiteten i den (i forvejen komplekse) situation. Breakdown cards skal helst forfattes med udgangspunkt i feltobservationer, så det sikres at dilemmaerne, der opstår på den baggrund, er relevante.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Dilemma Game



CASE

I projektet "Hjemmebehandling af diabetiske fodsår" drejede en længere diskussion sig om, hvad der kunne lade sig gøre rent organisatorisk, og hvorvidt dette kunne spænde ben for en mulig teknologi-baseret fremtid. For at teste dette spørgsmål blev et dilemma game iscenesat. I spillet blev typiske behandlingsforløb spillet med brugerne (patienter + klinikere) i deres naturlige rolle. De samme scenarier blev gennemspillet to gange: første gang, hvor deltagerne skulle forestille sig den nuværende måde at gøre tingene på, og en gennemspilning, hvor de skulle forestille sig at have de fremtidige teknologier til rådighed. De forskellige gennemspilninger afslørede problemer ved den foreslåede teknologi, men det var især problemer forbundet med den nuværende organisation, der sprang i øjnene. Man fandt bl.a. ud af, at det var uklart, hvem der kontakter hvem henover skellet mellem kommune og hospital; hvem har telefontider hvornår? etc. *Dilemma game* var med til at belyse, at det gensidige kendskab mellem klinikkerne ikke fungerede optimalt samt mulige områder, hvor man med den nye teknologi kunne sætte ind for at forbedre forholdene for patienterne og de involverede klinikere på tværs af de forskellige organisationer.

LITTERATUR

Cooperative analysis, upubliceret ph.d.-afhandling af Preben Mogensen

KONTAKTPERSON

Simon Bo Larsen

Montage workshop

METODEBESKRIVELSE

Montage Workshop er en analyse- og videndelingsworkshop, hvor virksomhedens (software-) udviklere inddrages i analysen af data fra brugerstudierne.

VÆRDI

Metoden sikrer, at alle udviklere får viden om brugerne og deres behov ind under huden, og dermed bedre kan de udvikle løsninger, der imødekommer disse.

Udviklerne får blik for de mange og ofte modstridende praksisser og behov, som præger menneskers hverdag. Workshoppen tilbyder nye roller for udviklerne som aktive medskabere af viden om brugerne, i stedet for passive modtagere af fx en lang rapport, som ofte ikke bliver læst og anvendt. Disse nye roller kan sikre ejerskab og anvendelse af viden om brugerne videre i projektet.

PROCES

Montage Workshop inddrager partnere i analysen af etnografiske data om brugernes værdier, motivationer og behov fra brugerundersøgelsen. De etnografiske data består typisk af materiale i forskellige former som audio-, video- og cultural probe materiale (grundplanstegninger, dagbøger og billeder).

Inden workshoppen udvælges signifikante og kontrasterende dele af det etnografiske datamateriale af antropologen, og hver gruppe i workshoppen præsenteres for forskellige dele. Disse dele kaldes montageceller, og cellerne stammer fra forskellige situationer, men skal sættes sammen til at udgøre en montage, hvis værdier, motivationer og behov skal imødekommes af en teknisk løsning. Gruppernes resultater præsenteres i plenum og optages på video.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Montage workshop



CASE

I et projekt omkring udviklingen af en ny type energistyringsenhed brugte Alexandra Instituttet metoden til at sikre, at udviklerne fik den nødvendige viden om brugerne, og at denne viden blev forankret og anvendt i den videre udvikling af løsninger. Vi brugte *montage workshoppen* til at facilitere en erkendelsesproces hos udviklerne, hvor de selv var med til at skabe viden om brugerne, lidt ligesom antropologen gør det i løbet af feltstudiet. Hermed blev den nye viden internaliseret i udviklerne, og dermed mere direkte anvendelig for dem i udviklingen af prototyperne. Workshoppens resultater (storyboards med løsningsforslag og brugerindsigter) indgik som en vigtig videnbase i det efterfølgende udviklingsarbejde.

LITTERATUR

Case- og metodesamling på www.iha.dk/homeautomation

KONTAKTPERSON

Johanne Mose Entwistle

Future Workshop

METODEBESKRIVELSE

Future workshop er en særlig tilgang til fokusgrupper, hvor en kollektiv brainstorm over oplevede problemer i hverdagen eller i forhold til et bestemt emne bruges som udgangspunkt for en positiv brainstorm. I brainstormen bliver deltagerne bedt om at vende problemerne om til positive visioner for fremtiden og ideer til realisering af disse visioner.

VÆRDI

Metoden er særdeles velegnet som en tidlig aktivitet i et længere forløb med den samme brugergruppe og giver deltagerne et tidligt ejerskab af de ideer, som udvikles i projektforløbet.

PROCES

Workshoppen spænder over 3 faser:

- ▲ Kritik/problem-fase: Alle deltagere får et tidsrum til at skrive deres egne oplevede problemer ned fx på post-its. Herefter præsenterer deltagerne deres ideer, evt. ved at hænge post-it'en på en fælles tavle.
- ▲ Visionsfase: Her forsøger deltagerne at tage problemerne et for et og omformulere det til en positiv vision for fremtiden i stedet for et problem.
- ▲ Realiseringsfase: Her diskuteres og brainstormes på mulige veje til realisering af de forskellige visioner.

Mellem hver fase vil facilitatorne typisk (fx i forbindelse med en pause) gruppere eller tematisere de fremkomne emner.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

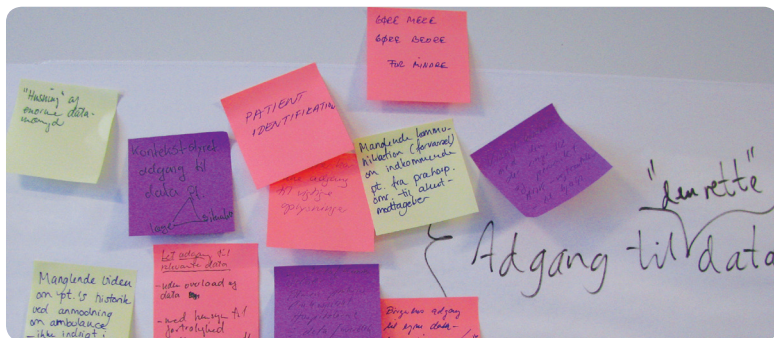
højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Future Workshop



CASE

I et projekt omkring telemedicinsk behandling af diabetiske fodsår oplevede vi på første møde med den bredt sammensatte brugergruppe, at mange personer havde svært ved at tænke positivt om fremtiden pga. oplevede barrierer i nutiden. Fx havde nogle af sygeplejerskerne svært ved at tænke visionært, fordi deres tanker kredsede om de nuværende økonomiske rammer på hospitalet. Vi valgte *Future Workshop* som metode til næste brugeraktivitet, for at give alle deltagere mulighed for at "losse deres frustrationer af" og komme videre derfra. Ved at formulere visioner med udgangspunkt i oplevede problemer, hjalp vi brugerne over denne tærskel, hvilket samtidigt skabte stort ejerskab overfor de fremkomne ideer.

LITTERATUR

Håndbog i fremtidsværksteder af Jungk og Müllert

KONTAKTPERSON

Simon Bo Larsen

Grafiske Scenarier

METODEBESKRIVELSE

Brug af *grafisk facilitering* til co-creation af (fremtids)scenarier. Metoden bruges til at fastholde et fælles fokus for en gruppe personer med forskellig baggrund i en idegenereringsworkshop eller under fokusgruppeinterview. Diskussionerne kvalificeres ved at fange fremkomne forslag med tegning i et fælles tegneprojekt. Tempoet dikteres af tegneren (hvilket giver tid til at tænke sig om), og samtidigt betyder scenariearbejde med fiktive personer, at det er "ufarligt" at byde ind.

VÆRDI

Tegning er et fælles sprog, som næsten alle kan relatere sig til. Derfor egner metoden sig især godt til at få folk i tale, som ellers ville være tavse og forsigtige. Det er et typisk træk ved inddragelse af fx patienter i projekter omkring aspekter af dagliglivet, at brugerne kan have modstand mod at bidrage til diskussionen, fordi de ikke føler sig kompetente til at tale om teknologi eller andre designrelaterede emner.

Det fælles tegneprojekt er med til at tage brodden af denne situation, og scenariefortællingen kan hjælpe med at gøre det relevant for brugerne at byde ind med viden fra deres hverdag, selvom de måske ikke selv mener, at de har noget vigtigt at bidrage med. I længere processer giver tegningen en fælles referenceramme, som kan være værdifuld i efterfølgende brugeraktiviteter.

PROCES

Scenarier kan udvikles med eller uden fastsatte rammer. Formålet kan være at kredse om en bestemt problemstilling eller blot at tegne et billede af en fiktiv person, som kan være én af de deltagende brugere. Ofte er det lettest at komme i gang, hvis facilitatoren har forberedt et "startskud" for fortællingen.

Tegneren placerer sig i midten med en stor planche på bordet. Deltagerne placerer sig rundt om tegneren, så de kan følge med i processen. Planchen er enten helt tom eller der er forberedt en introduktion til scenariet, fx en tegning af hovedpersonen i scenariet. Brugeren inddrages løbende (og overtager til tider scenarioskrivningen, hvis de har lyst) så alle ideer, der bringes ind i scenarierne, først spejles i deltagernes egen hverdag. Brugere kommer således med input til scenarierne og kommenterer på de andres ideer.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Grafiske Scenarier



CASE

"Sund Innovation i Randers Sundhedscenter" havde bl.a. til formål at kigge på sundhedscenterets potentielle rolle i diabetikeres hverdag m/u teknologisk støtte. Diabetikere (evt. i selskab med pårørende) blev inviteret til en aftenstworkshop igennem annoncer i lokalavisen. Forskellige scenarier med beskrivelse af en fiktiv diabetikers hverdag og vaner i nutiden og i fremtiden blev fremstillet ud fra projektgruppens forforståelse for domænet. Denne forberedte historie viste sig dog overflødig, da brugerne selv overtog fortællingen.

Der blev afholdt to workshops med deltagelse fra henholdsvis fem og fire borgere. De samme scenarier blev brugt som udgangspunkt på begge workshops. Til sidst i workshoppen blev der i fællesskab samlet op på de overordnede temaer, der havde været i diskussionerne, og temaerne blev prioriteret ud fra brugernes subjektive vurdering. De grafiske scenarier fungerede som et vigtigt redskab til at synliggøre workshoppenes resultater.

KONTAKTPERSON

Simon Bo Larsen

Dramatisering

METODEBESKRIVELSE

Konceptudvikling ved dramatisering bruger styrken i historiefortælling, som bl.a. praktiseres inden for fiktionens verden til at forestille sig og lege, at man har en teknologi, som endnu ikke findes.

Resultatet er en detaljerig konceptbeskrivelse for et nyt produkt, som favner forcer og problemstillinger ved produktet.

VÆRDI

- ▲ *Konceptudvikling ved dramatisering* har et konkret output – et koncept.
- ▲ Metoden er velegnet til at gøre noget så diffust som et ikke-eksisterende produkt konkret.
- ▲ Den egner sig til at bringe konflikter, modsatrettede opfattelser og ønsker i forbindelse med udvikling af et produkt i spil.
- ▲ Metoden kan med fordel bruges som en opfølgning på og konkretisering af en mere diffus brainstorm.
- ▲ Den giver deltagerne ejerskab over konceptet.
- ▲ Metoden kan, hvis dramatiseringen filmes, bruges som dokumentation.

PROCES

Et domæne og en problemstilling defineres; dette kan fx gøres ved en forudgående brainstorm. En gruppe af relevante repræsentanter fra domænet sammensættes og inviteres til en konceptudviklingsworkshop. Workshoppen afholdes med brug af dukker + dukkehuse eller lignende, og facilitatoren inddrager deltagerne i en fælles fortælling af en historie om, hvordan det ville være, hvis man havde det fiktive produkt. Der sluttet af med en gennemspilning af brug af produktet; dette filmes.

Krav til facilitator

let

svært

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Dramatisering



CASE

Alexandra Instituttet har benyttet konceptudvikling ved dramatisering i forbindelse med udvikling af koncepter for brug af sporings- og positioneringstjenester på krydstogtskibe; udvikling af et koncept for brug af it-tekstiler til træning af halvsidet lammede børn; samt udvikling af et koncept for reducere af madspild i detailhandlen. I alle tre tilfælde har metoden sikret, at de forskellige fordele og ulemper ved konceptet er blevet bragt på banen i konceptudviklingsgruppen. Endvidere har legen med det fiktive produkt betydet, at gruppen som helhed har opdaget muligheder og udfordringer ved det fiktive produkt, som ingen i gruppen tidligere havde identificeret.

Styrken ved metoden er, at legen og historiefortællingen tvinger udviklerne til at være meget konkrete i deres udvikling af konceptet for det nye produkt. Konkret har denne metode bl.a. medvirket til udvikling af konceptet "Trylletrøjen".

LITTERATUR

Konceptudvikling ved dramatisering er stærkt inspireret af teorier for historiefortælling i audiovisuelle medier.

KONTAKTPERSON

Rikke Koch

Wizard of Oz

METODEBESKRIVELSE

Wizard of Oz bruges om en metode til at give "døde" prototyper funktionalitet, hvor en person (skjult eller synligt for testpersonen) manuelt styrer systemets reaktion på brugerens input. Dvs. brugeren tror (eller forestiller sig), at vedkommende interagerer med et "færdigt" system, men i virkeligheden er det ofte en delvis tom skal eller mock-up, som kun er interaktiv på grund af personen "bag kulissen" (trollmanden). Skoleeksemplet er fra 80'ernes laboratorier, hvor man bl.a. testede interaktion med et talegenkendelsessystem, hvor "talegenkendelsen" bestod i en skjult person i et nabolokale, som transskriberede teksten ind på en terminal.

VÆRDI

Metoden anvendes først og fremmest, når man ønsker at undersøge en low-fidelity prototype. Metoden kan give en forståelse af hvordan brugeren oplever interaktionen med prototypen, selvom prototypen endnu ikke fungerer i virkeligheden.

Man kan også arbejde med metoden på et mere konceptuelt niveau, hvor målet er at afprøve ideer til en ny teknologi eller funktionalitet. Hvis det er tilfældet vil personen, der agerer trollmand, lade systemet reagere på nye intelligente eller iderige måder (dvs. man tillader, at systemet kan mere end det vil kunne i virkeligheden). Dermed kan man eksperimentere med, hvad det er for forventninger, brugeren har til det fremtidige system samt afprøve nye udviklingsmuligheder for teknologien.

PROCES

En low-fidelity prototype er kendetegnet ved ikke at have funktionalitet. I forberedelsen af workshoppen koncentrerer man sig om at udvikle dele (fx forskellige svar, som systemet kan give på brugerens input) til prototypen, så man kan simulere den funktionalitet, som man ønsker.

Den person, der agerer trollmand, har en liste over, hvordan han skal simulere at systemet reagerer på de forskellige brugerinput. Trollmanden kan være mere eller mindre proaktiv ift. brugerne, afhængigt af hvad man ønsker at afprøve.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Wizard of Oz



CASE

I "ABC"-projektet (et forprojekt for iHospital-projektet) blev der afholdt en række workshops, hvor fokus var på forskellige former for interaktion med informationssystemer ud fra en hypotese om, at standard interaktion med mus og tastatur er en upassende interaktionsform i mange kliniske miljøer.

Billedet viser en sygeplejerske, der eksperimenterer med en stor trykfølsom skærm. Blot er skærmen kun "trykfølsom", fordi der (udenfor billedet) står en forsker og styrer skærbilledet fra en bærbar computer ud fra, hvordan sygeplejersken trykker på skærmen.

LITTERATUR

The Rapid Development of User Interfaces: Experience with the Wizard of Oz Method, i Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting 1985, af Green & Wei-Haas.

KONTAKTPERSON

Simon Bo Larsen
Anne Bøgh Fangel
Sofie Kinch

Readymade prototyping

METODEBESKRIVELSE

Readymade prototyping (færdige eller klargjorte prototyper) er en metode til eksperimentel afprøvning af kommercielt tilgængelige produkter, så som prototyper inden for et nyt område. Innovation foregår ofte ved at flytte og kombinere løsninger fra et område, fx en branche, til et andet område.

En *readymade prototype* kan være en gratis app såvel som en fysisk genstand, som tilrettes en ny situation.

VÆRDI

Readymade prototyping går forud for opbygningen af en egentlig prototype og in-formerer denne ved at tilvejebringe en retningsgivende og praktisk viden i et udviklingsprojekt.

En *readymade prototype* afprøver en ide (sanity-tjek), og kommunikerer samtidigt intentionen bag ideen til medarbejderne i domænet. Prototypen kan således ram-mesætte dialogen om reelle behov og alternative kvalificerende løsninger til brug for det videre forløb.

Metoden giver interessenter i et tværfaglige samarbejde et fælles udgangspunkt i en innovationsproces.

PROCES

En *readymade prototype* identificeres ud fra projektets fordringer eller forestillinger om en innovation. Deltagerne designer i fællesskab et eksperiment og opstiller tyde-lige antagelser og forventninger til eksperimentets resultat. En *readymade prototype* har en begrænset tilpasningsevne til et nyt domæne, og dette er vigtigt i forhold til iscenensættelsen og den efterfølgende vurdering af eksperimentet. Eksperimentet vil typisk foregå i samarbejde med medarbejdere med kendskab til domænet, og det er vigtigt at notere sig deres løbende vurderinger og input til brug i den videre proces. Prototyper kommunikerer stærkt og konkret i forhold til alternativer så som beskrevne brugerscenarier.

Krav til facilitator



Tidsforbrug facilitator



Tidsforbrug deltagere



Readymade prototyping



CASE

Alexandra Institutet har benyttet *readymade prototyping* i forbindelse med udvikling af nye hjælpemidler til personer med vidtgående fysiske og psykiske handicaps. I dette særlige tilfælde kunne brugerne kun tage stilling til meget konkrete prototyper, da deres handicap forhindrede dem i at gøre almindeligt brug af forestillingsevnen eller udtrykke én sådan. Brugen af *readymade prototyping* gav udviklerne eksklusive og nyttige fingerpeg i kortlægningen af gode designs for denne brugergruppe.

LITTERATUR

Metoden er i familie med 'rapid prototyping' og 'mock-ups', som er beskrevet ekstensivt i litteraturen. Readymade prototypen udskiller sig fra denne ved at være et eksisterende produkt, der bringes ind i en ny sammenhæng.

KONTAKTPERSON

Tejs Scharling
Peter Nielsen
John Simonsen

Mock-up Workshop

METODEBESKRIVELSE

Mock-up Workshop er en kreativ metode, der inddrager brugere og udviklere i om-dannelsen af brugerindsigter til fysiske løsningsmodeller. I fællesskab idegenereres og udvikles mock-up modeller, der konkretiserer brugernes behov, som efterføl-gende kan afprøves i en realistisk brugskontekst.

VÆRDI

- ▲ Metoden egner sig til konkretisering og omdannelse af abstrakte brugerbehov og mulighedsrum.
- ▲ Den sikrer fælles forståelse på tværs af en udviklingsgruppe og sikrer, at der snak-kes om det samme.
- ▲ Den sikrer ejerskab over proces og resultater hos deltagerne, fordi alle deltager aktivt og bliver medskabere.
- ▲ Den er anderledes og sjov at deltage i for brugere og udviklere og kan dermed mo-tivere til yderligere engagement i processen.
- ▲ Konceptualiserede mock-ups opfordrer til ændringer, og det ufærdige look gør det lettere at tænke alternativer.
- ▲ Resultaterne kan afprøves i brugssituationer, hvor de let og omkostningsfrit kan ændres eller forkastes.

PROCES

Mock-up workshop tilpasses det enkelte projekt og konteksten, men generelt giver workshoppen god mulighed for at lade slutbrugere og udviklere møde hinanden og arbejde kreativt sammen om at få konkretiseret abstrakte behov til løsningsmodel-ler. Brugerne som eksperter i deres dagligdag og behov, og udviklerne som faglige eksperter, der kan åbne brugernes øjne for nye teknologiske muligheder. Workshop-pen er typisk delt op således, at man først afdækker behov og evt. fremtidsscenarier. Dette kan gøres ved at præsentere indsigter fra brugerstudier eller ved at facilitere brugerne i udviklingen af en fortælling om deres daglige praksis og behov. Herefter omsættes disse indsigter til konkrete mock-ups igennem en kreativ proces.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

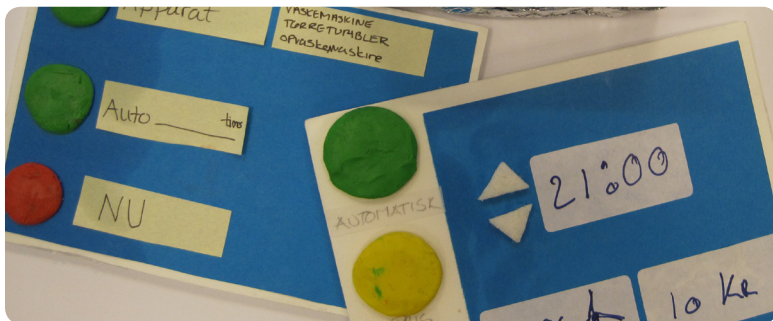
højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Mock-up Workshop



CASE

I projektet "Minimum Configuration Home Automation" blev metoden brugt i arbejdet med at udvikle nye koncepter for visualisering af energiforbrug i private hjem. Alexandra Instituttet afholdt en række workshops med brugere og udviklere, hvor de samarbejdede om at lave forskellige løsningsforslag på brugernes udfordringer. Hver workshop bestod af tre faser: Historiefortælling; Fremtidsscenarie og Mock-up kreation. Til hver fase havde Alexandra Instituttet udarbejdet materiale bestående af billed-, spørgsmåls- og tegnekort, der sikrede, at deltagerne blev faciliteret i bevægelsen fra afdækning af brugerkontekst, over behovsanalyse og ide-generering, til konkretisering og imødekomme af behov i en mock-up. Udviklerne blev delt op i tre grupper baseret på fagligheder og personlige kompetencer. Brugerne skiftede mellem de tre grupper og udfoldede og udfordrede hinandens udsagn og behov. Indsigter om disse praksisser og behov blev omsat til konkrete mock-ups udarbejdet i fx pap, papir, flamingo og ler. Resultaterne fra workshoppen blev et vigtigt element i den efterfølgende udvikling af prototyperne i projektet.

LITTERATUR

'Mock-up Workshop. The recreation of Realization', www.iha.dk/homeautomation

KONTAKTPERSON

Johanne Mose Entwistle

Flash Workshop

METODEBESKRIVELSE

Flash Workshop inviterer brugere til at afprøve tidlige og ufærdige versioner af brugergrænseflader programmeret i Flash eller andre programmer. *Flash Workshop* kan også bruges til at afprøve prototyper, der er mere færdige og lækre i designet.

VÆRDI

- ▲ *Flash Workshop* gør det muligt at få brugerfeedback på realistiske flash-udgaver af brugergrænseflader, hvorved man undgår den ressourcekrævende og omkostningsfulde kodning og omkodning af det 'rigtige' system.
- ▲ Den giver mulighed for brugerfeedback på forskellige planer: grafik/æstetik; indhold/funktioner; interaktionsdesign/logik (modsat mock-up forløb, hvor feedback er mere på indhold/funktioner)
- ▲ Den muliggør flere iterationer af brugerinddragelse på en brugergrænseflade, ligesom man i højere grad har mulighed for at brugerteste vidt forskellige principper sideløbende.
- ▲ Og kvalificerer udvælgelsen af ét princip og koncept frem for et andet.

PROCES

Inden *Flash Workshop* har projektets designer udarbejdet nogle ufærdige udkast til brugergrænseflader i programmet 'Flash'. Den brugergrænseflade, som møder brugeren i workshoppen, simulerer således forbindelsen til den underliggende funktionalitet.

Brugerne sidder foran hver deres skærm og gennemgår frit eller opgavebundet de forskellige brugergrænseflader, hvor de giver feedback på tre forskellige niveauer: grafik/æstetik; indhold/funktioner og interaktionsdesign/logik. En *Flash Workshop* varer i gennemsnit 2 timer, hvori brugerne gennemgår faser af afprøvning, identifikation af behov og idegenerering. Resultatet af workshoppen er videreudviklede koncepter.

Krav til facilitator



Tidsforbrug facilitator



Tidsforbrug deltagere



Flash Workshop



CASE

I projektet "Danfoss Experience" ønskede Danfoss at blive klogere på, hvordan de kunne kommunikere om deres tekniske produkter på nye og tiltrækkende måder til deres slutbrugere. Alexandra Institutet afholdte derfor tre workshops med hver tre slutbrugere, fire udviklere og tre facilitatorer. De tre brugere sad ved hver deres skærm og afprøvede den til workshoppen udviklede udgave af en brugergrænseflade. Brugerne klikkede sig igennem prototypen og tænkte højt. Hvis de gik i stå, hjalp facilitatoren dem videre. Undervejs blev brugernes erfaringer og kommentarer dokumenteret på tre forskellige niveauer: grafik, indhold/funktioner og interaktionsdesign. Brugerne gav feedback på, hvad der var svært, hvad der fungerede, og hvad der manglede. Herefter fulgte en session med konceptualisering, hvor brugere og udviklere i fællesskab tilføjede ændringer til printede skærbilleder af det forløb, de lige har afprøvet, og tegnede/klippede/klistrede nye skærbilleder. Afslutningsvis præsenterede hver bruger sine resultater i plenum, hvorefter deres bidrag blev diskuteret. Flash workshoppen var med til at tydeliggøre prototypens styrker og svagheder og fungerede som vigtigt input til den videre udviklingsproces.

LITTERATUR

Case og metodesamling på www.iha.dk/homeautomation

KONTAKTPERSON

Johanne Mose Entwistle

Cultural Probes

METODEBESKRIVELSE

Cultural probes er en metode, hvor brugerne selv er med til at opsamle data om deres dagligdag. Metoden består i, at brugerne får udleveret en pakke med eks. kamera, postkort, papir, tegnegrej og opgaver. Gennem forskellige opgaver stimuleres brugerne til at reflektere over og dokumentere deres hverdag. Opgaverne kan fx bestå i at tage fotos af bestemte situationer eller reflektere over oplevelser og situationer.

VÆRDI

Cultural probes giver os mulighed for at få konkret indblik i, hvad brugerne gør, når vi ikke er tilstede. Samtidig kan den frembringe data og refleksioner over mere subtile og implicitte følelser og værdier, som ikke altid kan formuleres eller italesættes i et interview.

PROCES

Et *cultural probes* forløb består af to hovedelementer – selve proben og den efterfølgende workshop eller interviews. Forløbet starter med, at Alexandra Institutet designer en cultural probe pakke til brugerne med opgaver og spørgsmål, der kan hjælpe brugerne til at dokumentere og reflektere over deres hverdag. Herefter afleveres pakkerne til brugerne, som introduceres grundigt. Brugerne får typisk ca. to uger til at besvare deres opgaver. Brugernes besvarelser danner udgangspunktet for et uddybende interview, hvor vi spørger ind til de notater og refleksioner, brugerne har gjort sig i forløbet.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Cultural Probes



CASE

Alexandra Institutet brugte metoden i et længerevarende rådgivningsforløb for Statens Center for Kompetence og Kvalitetsudvikling, hvor vi evaluerede et forsøg med mobile arbejdspladser i deres kontormiljø. Over en periode på seks måneder fik medarbejderne tilsendt forskellige opgaver, hvor de på forskellig vis blev bedt om at reflektere over deres oplevelser og erfaringer med forsøget. Opgaverne bestod bl.a. i at interviewe en kollega, tage billeder af foretrukne steder og skrive et postkort om deres oplevelser i kontormiljøet. Opgaverne var med til at understøtte medarbejdernes involvering og engagement i forsøget og fungerede som et vigtigt element i en organisationsudviklingsproces.

LITTERATUR

"Design: Cultural Probes" i Interaction, vol. 6, no. 1 af Gaver, Dunne and Pacenti

KONTAKTPERSON

Eva Bjerrum
Anne Bøgh Fangel
Liselott Steinfeldt
Johanne Mose Entwisle

Korte åbne interviews

METODEBESKRIVELSE

Korte åbne interviews er en metode til at få mange brugeres kvalitative oplevelser og holdninger til en problemstilling eller et emne frem i lyset. Metoden er karakteriseret ved få men åbne spørgsmål. Det kan fx være "Hvorfor valgte du at komme her netop i dag?" eller "Har du nogle ideer til, hvordan oplevelsen kan forbedres?" Metoden bruges typisk som supplement til andre etnografiske metoder eller som alternativ til en spørgeskemaundersøgelse.

VÆRDI

De *korte åbne interviews* er et værdifuldt alternativ til det typiske spørgeskemas lukkede svarkategorier, fordi de korte åbne interviews åbner mulighed for overraskelser og nye perspektiver. Metoden er særlig anvendelig i situationer, hvor man ikke har mulighed for at foretage længere interviews, men har brug for at få indsigt i brugernes oplevelser og holdninger. Det kan fx være kunder i banker, turister eller passagerer i et tog.

Metoden har også praktiske fordele, idet man på kort tid og med brug af få ressourcer kan få mange respondents kvalitative input og hurtigt skabe sig et overblik over bredde og spredning på holdninger og oplevelser.

PROCES

Korte åbne interviews kan bruges i alle faser af et undersøgelsesforløb afhængig af den konkrete problemstilling. Det afgørende for processen er, at man bruger tid på formuleringen af de åbne spørgsmål og overvejer, hvilke spørgsmål der kan medvirke til skabe refleksion og nye ideer hos brugerne. Interviewene foretages på stedet, i situationen (eks. på vej ud af en bank). Antallet af interviews afhænger af omstændighederne, men typisk vil en undersøgelse omfatte mindst 30 interviews foretaget henover flere dage. Den efterfølgende analyse har fokus på at finde nye mønstre i besvarelserne, men ofte kan udsagn, der stikker ud og overrasker, også tilføre nye indsigter og forståelse og efterfølgende præge fokus for vore observationer.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Korte åbne interviews



CASE

"Har du ideer til, hvordan oplevelsen kan gøres bedre?" er et spørgsmål vi har brugt i et projekt for en turistattraktion. I undersøgelsen var der flere der svarede, at der manglede et sted, hvor voksne kunne sidde ned og drikke kaffe, mens børnene legede. Efterfølgende kunne vi i vores observationer iagttage, at godt nok var der et sted, hvor forældre/voksne kunne sidde og slappe af, men fordi det var svært at overskue, hvad børnene var i gang med, var der næsten altid en voksen der rejste sig efter kort tid for at se efter børnene. Så det var egentlig ikke stedet der manglede, men mulighed for at sidde ned med kaffen, samtidig med at man kunne overskue børnenes aktiviteter.

LITTERATUR

Metoden er en viderebearbejdelse af Steinar Kvale's interviewmetoder

KONTAKTPERSON

Eva Bjerrum

John Simonsen

Passiv observation

METODEBESKRIVELSE

Passiv observation er en metode, der kan anvendes til at afdække brugeres arbejdsprocesser, kommunikationsmønstre og handlinger.

At observationen er passiv betyder, at observatøren er tilstede som tilskuer uden at deltage i aktiviteter og uden at interagere med brugerne. Passiv observation handler om at udforske, undre sig og være så "usynlig" som mulig.

VÆRDI

Metoden er god til at opnå ny viden om brugeres arbejdsliv og arbejdspraksis i en organisation. Observationerne bidrager til at give nye billeder af, hvad der foregår; bryde med vaneforestillinger og dermed give nye erkendelser eller et mere præcist grundlag for beslutninger. En erfaren observatør kan næsten være "usynlig," og dermed opnå en minimal påvirkning af felten.

PROCES

- ▲ Alexandra Institutet laver generelle beskrivende observationer af alle indtryk på en arbejdsplads.
- ▲ Vi udvælger væsentlige mønstre eller temaer og laver fokuserede beskrivende observationer.
- ▲ Vi analyserer data.
- ▲ Til slut præsenterer vi resultaterne på en workshop.

Krav til facilitator

let

svær

Tidsforbrug facilitator

lavt

højt

Tidsforbrug deltagere

lavt

højt

Passiv observation



CASE

Ballerup Kommune flyttede i 2011 i nye fysiske rammer på rådhuset og ville gerne have ideer til, hvordan medarbejderne kunne opnå øget trivsel i de nye rum. Formålet med analysen var at skabe sammenhæng mellem værdigrundlag, arbejdsformer og fysisk indretning i Ballerup Kommune. Vi lavede observationer, hvor vi bevægede os rundt i forskellige afdelinger og skrev vores indtryk ned. Det vi så og iagttog, holdt vi op mod kommunens adfærdsprincipper, for at se, hvordan de tanker, der havde været med huset, harmonerede med konkrete handlemåder. Vi fandt en række forskellige karakteristika for de forskellige afdelinger og formidlede indtryk, konklusioner og konkrete anbefalinger til ledere og medarbejdere. Flere af vores observationer gav en overraskende ny viden til kommunen, og på den baggrund valgte de både at foretage ændringer og igangsætte nye initiativer.

LITTERATUR

Feltarbejd i egen kultur af Cato Wadel

Participant observation af James P. Spradley

KONTAKTPERSON

Eva Bjerrum

Anne Bøgh Fangel

John Simonsen