



Elderly Superheroes: Kryptonite Isn't the Only Thing Able to Defeat Superman

Being super doesn't make you immortal. The superheroes from our childhood are starting to look a little older than we'd like to admit.

Poor Superman has lowered himself into using a walker (hopefully not made of Kryptonite). Catwoman is fast asleep in her rocking recliner. The Hulk has withered into a hulking couch potato. Times they are a-changing. The elderly superhero exhibit is the work of La Maison Rouge.

Sorry Superman. If Kryptonite doesn't do the trick, then time sure will.

<http://www.gearfuse.com/elderly-superheroes/>

BIID10 Lektion 2 Tema SeniorInteraktion

Lone Malmborg / malmborg@itu.dk

Læringsmål

2

- Forstå hvad designopgaven er og hvordan den skal angribes
- Forstå hvem dagens ældre er
- Redegøre for den demografiske udfordring vi står i
- Forklare og reflektere over designparadigmer og teknologibrug blandt ældre
- Reflektere over problemstillinger omkring ældre og social interaktion



Indhold

3

- Opsummering fra sidst
- Introduktion til designopgave
 - Om seniorer, design for seniorer
- **Pause**
- Om projekt SeniorInteraktion
- Eksempel på designopgave
- Introduktion til dagens øvelse
- **Pause**
- Gæst: Pernille Fjerritslev Mortensen (SUF, Kbh. Kommune)
 - Ældre, aktivitet og aldring



ØVELSE 1: FRA DESIGNER TIL INGENIØR



Find gruppevis en digital genstand, hvor betjeningen tydeligvis af skabt af ingeniører med ingen eller mangelfuld forståelse for brugskonteksten.

Hvor går det galt? For hvem? I hvilke situationer? Hvorfor? Hvordan

Diskuter hvordan man med en interaktionsdesignorienteret tilgang kunne have skabt et bedre design.

Lav for hver gruppe en 'poster' i A3-format som illustrerer dette:

- billede / tegning af genstand
- illustration af det, der ikke fungerer
- illustration af designændringer som forbedrer designet



EKSEMPLER

Eksempler I kan tage udgangspunkt i:

1. Mikrobølgeovn
2. Garmin GPS-løbeur
3. Self serve checkout (Netto v. Vesterport / Føtex på Vesterbrogade)
4. DSB-billetautomat



Hvad er interaktionsdesign?

6

- The design of spaces for human communication and interaction
 - Winograd (1997)
- Creating user experiences that enhance and augment the way people work, communicate, and interact
 - Sharp, Rogers and Preece (2007:9)
- Shaping the use qualities of digital material
 - Löwgren (2002:186)



Hvad er interaktionsdesign? Löwgren I

7

- 'Interaktion'
 - tidsbaseret og non-lineært
- 'Design'
 - parallel udvikling af spørgsmål og svar
 - aktivitet som indebærer udforskning af mulige fremtider
 - syntese af følelse og fornuft
 - handling på mange forskellige samtidige niveauer i designsituationen

Assertion 1.

Interaction design is a design discipline, which means something other than the science-and-engineering perspectives of HCI.

- HCI: mål, opgaver, usability, 'support' -> effektivitet

Hvad er interaktionsdesign? Löwgren II

8

- Kvalitet i interaktionsdesign?
- HCI: kvantitative usability mål
- Designkritik gør det muligt at tale om kvalitet
- Godt og dårligt interaktionsdesign (exemplarium)

Assertion 2.

The notion of quality in interaction design is not well developed. Neither are the social structures needed to develop and sustain the notion. An HCI perspective is not the most appropriate starting point.

Hvad er interaktionsdesign? Löwgren III

9

- Æstetiske kvaliteter i interaktionsdesign?
- Al interaktion indebærer såvel affekt (følelser) som tænkning (bevidst ræssoneren).

Assertion 3.

It makes sense to talk about aesthetic qualities of interaction. We have no adequate language as yet to do that talking. The language of HCI is not the best place to look for inspiration.

‘Obviously there’s the aesthetic of what something looks like or feels like but there’s also the aesthetic of how it works as well. You can talk about an elegant way of doing something as well as an elegant look.’

- (Gillian Crampton Smith)

Den ansvarlige og innovative designer

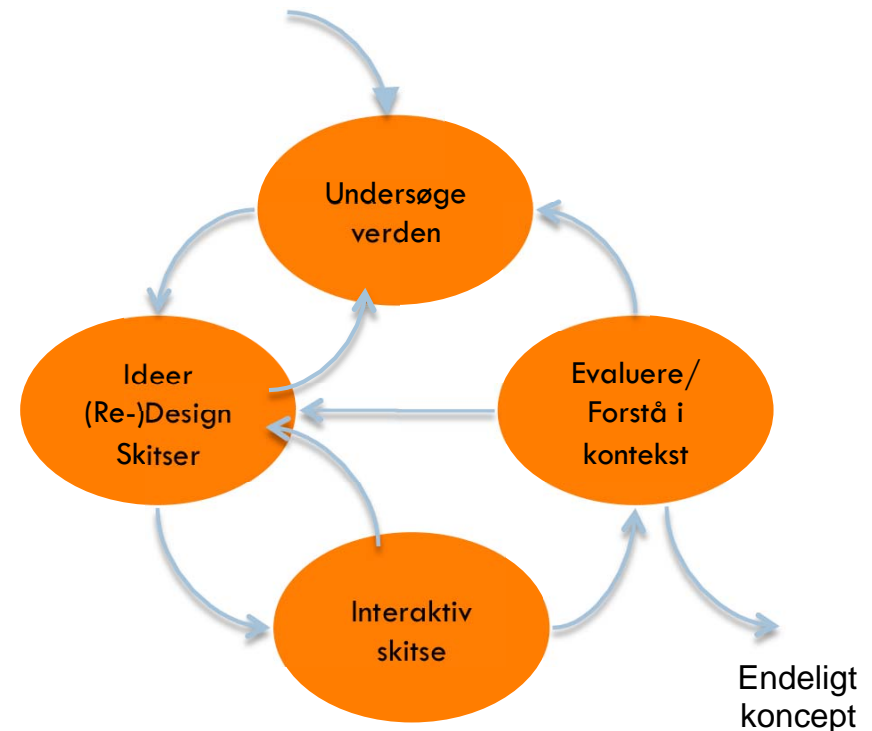
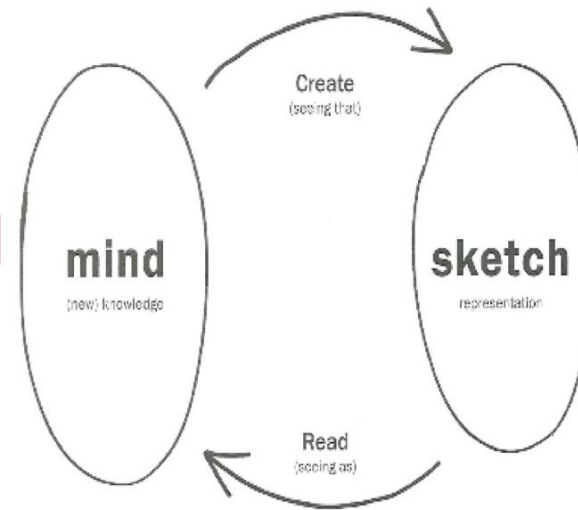
10

- Design is neither good or bad; nor is it neutral (Kransberg 1986).
Whenever we introduce a product to our society it will have an impact.
- Eksempler?
- ... without informed design, design is more likely to be bad than good
- -> RESPONSIBLE DESIGN
- 'Informed design' betyder at vi tænker i større sammenhænge: økosystemer, kontekstuelle og erfaringsmæssige aspekter af 'det vilde'
- Vi skal tænke nyt. Meget er baseret på konventionelle forestillinger om hvad PC'en, Web, den grafiske brugergrænseflade etc er.
- GOOD IDEAS ARE DANGEROUS!

Designprocessen

11

- Adskille to designaspekter:
- Problem solving
(problemløsning: hvordan bygger vi?)
- Problem setting
(problemformulering: bygger vi det rigtige?)
- Get the design right vs Get the right design
- Vi behøver begge dele: både designere og ingeniører



Designopgaven BIID10

12



SeniorInteraktion i hverdagen

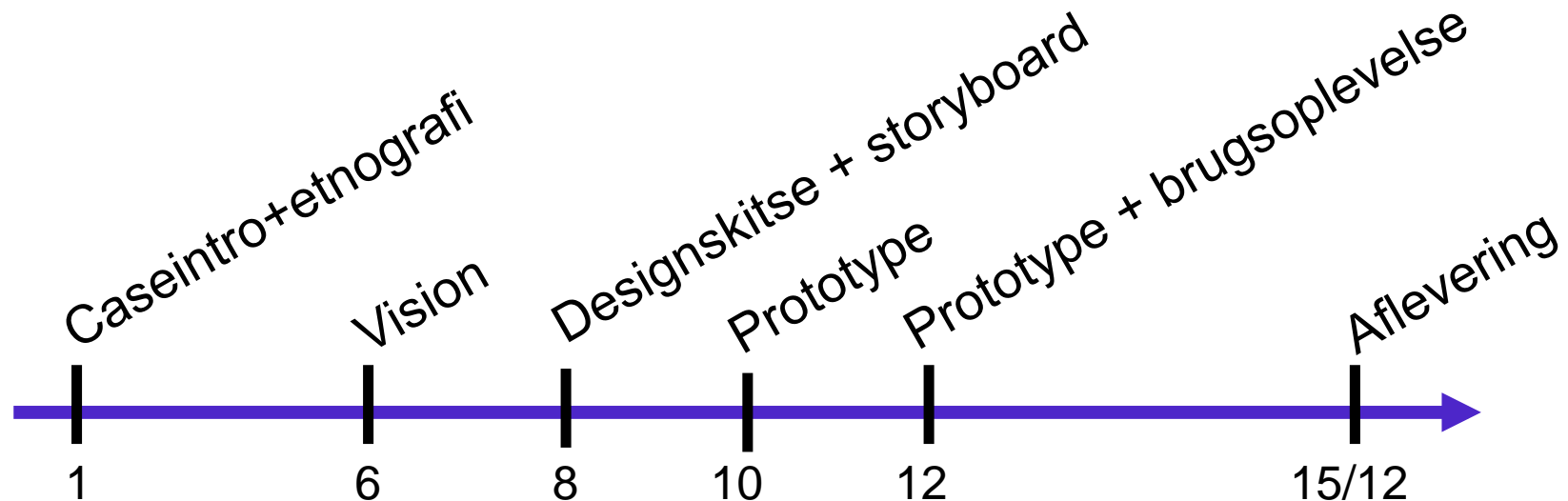
13

- Tema: hverdagsobjekter, hverdagskontekster og hverdagsaktiviteter som udgangspunkt for social interaktion blandt ældre.
- Temaet sigter både mod at bevare og forstærke eksisterende social interaktion og mod at etablere nye former for social interaktion.
- Designopgaven: SeniorInteraktion i hverdagen
- Hvordan kan vi med interaktionsdesign og med udgangspunkt i hverdagslivet bevare og forstærke social interaktion blandt ældre (60+), således at den ældre oplever øget livskvalitet?

Designopgaven

14

- Ældre mellem 60 og 90 år.
- Find passende informanter i jeres omgangskreds, som har lyst til at være med i jeres designopgave.



Lidt fra jeres egen baggrund

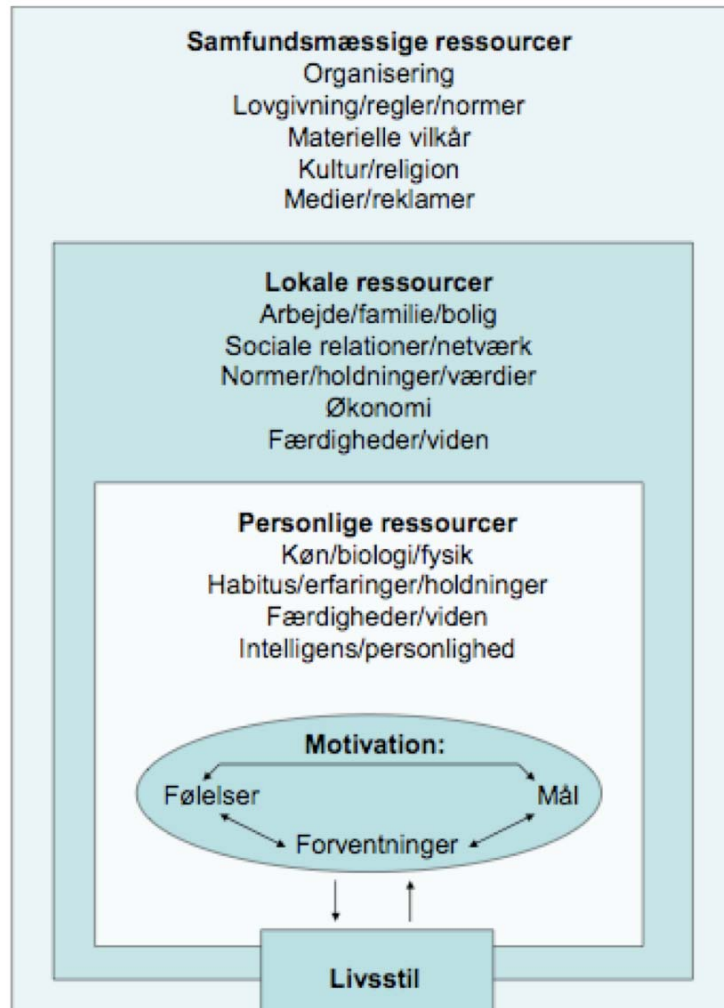
15

- Hvordan ser dine bedsteforældres hverdag ud?
- Holder de fast i gamle venskaber? Skaber de nye?
- Er de med i organiserede aktiviteter?
- Har de fortsat aktiviteter fra tidligere eller er det nye 'senioraktiviteter'?



Motivation og barrierer for forandring

16



- 'Indre faktorer'
- Motivation til at ændre livsstil:
- Samspil af følelser-forventninger-mål

- 'Ydre faktorer'
- Personlige ressourcer
- Lokale ressourcer
- Samfundsmæssige ressourcer



FLYVEFÆRDIGE. Ældre mennesker lever længere og længere, og den nye generation af ældre har tid og råd til at realisere sig selv, hvilket for mange sker i kraft af efteruddannelse, malerkurser og rejser til eksotiske lande. Arkivfoto: Martin Bubenik Jensen

Boom-boom. De nye ældre stormer frem

De nye ældre blomstrer og har tid og penge. Det mærkes blandt andet i reklamebranchen og på universitetet.

ANALYSE

Det er blevet kaldt det grå guld, de nye ældre og baby boom-generationen. Men egentlig burde de slet og ret kaldes for generation boom, for den voksende gruppe af mennesker født omkring Anden Verdenskrig stormer frem.



CAMILLA MEHLSSEN

Som direktøren for det nye amerikanske firma Eons, Jeff Taylor, formulerer det: «boom, boom, boom - Har du hørt det? Det er slaget af vores generation af boomere og seniorer, som vil leve det bedst mulige liv. Kollektivt vil vi handle, se, lære og meget mere på vejen til at nå det opnåelige mål at leve til 100».

Eons er blot en af de mange nye organisationer for ældre, der for tiden skyder op. En anden er det amerikanske Elderhostel, der hvert år tilbyder over 8.000

soplejser til livslang lærings til ældre i mere end 90 lande.

Det bemærkelsesværdige ved boomerne er, at de har masser af tid til at rejse, læse, shoppe, pleje kroppen, eller hvad de nu har lyst til. Og det kan såvel flysekskabne, kosmetikproducenterne som uddannelsesinstitutionerne mærke. Ifølge den amerikanske Travel Industry Association rejste de amerikanske boomere mere end nogen anden aldersgruppe i 2002, og de udgjorde 44 procent af det samlede antal rejsende. Den amerikanske rejseindustri er så begejstret for de ældres rejse-lyst, at de har fået et nyt kælenavn: 'bloomers', som betyder til, at de blomstrer.

De ældre har også meget bedre tid til at udleve de drømme, de aldrig fik realiseret, mens de knoklede i arbejdslivets trædemølle og skulle passe børn. Derfor går mange ældre på iværksætterkurser, og 60+-kvinderne bruger masser af tid på at male billeder, faktisk så meget, at der i de sidste fem år er slet en voldsom vækst i salget af lærreder og pensler i de danske supermarkeder.

STADIG FLERE ældre vælger at studere 'bløde' universitetsfag som for eksempel kunsthistorie og litteraturvidenskab. I dag er der mere end 1.000 studerende over 60 år indskrevet på Det Humanistiske Fakultet på Københavns Universitet, men ingen på Det Naturvidenskabelige Fakultet.

De energiske 60+ er også begyndt at præge medie- og reklamebilledet aktivt, for eksempel ved at samarbejde med virksomheder om at udvikle produkter og services målrettet dem selv. I Australien er man gået så langt som til at etablere et ministerium, der kan hjælpe private og offentlige virksomheder med at udvikle produkter og services over for ældre. Hos det danske netværk Inspirum arbejder man på at skabe dialog mellem 50+-markedet og virksomheder. For eksempel har Inspirum indgået et samarbejde med underfølsomt Hammethor om at udvikle en ny kollektion undertøj, der er skræddersyet til aktive ældre. Og for nylig sendte Inspirum oplægget 'En ny tids alder -

for samfund og virksomheder' til erhvervsminister Bendt Bendtsen for at gøre opmærksom på de muligheder, der er i den nye generation af ældre.

Noget tyder på, at det kan betale sig at lytte til de ældres behov. En række canadiske forlæggere har blandt andet haft succes med at forstørre bogstaverne i deres bøger, så de nye ældre bedre kan læse dem. Det gælder forlaget Perly, hvis bykort af Montreal og Toronto har søgt markant bedre, efter at gadenavnene er kommet op i størrelse.

REKLAMEVERDENEN er da også begyndt at lytte til de ældre, som ellers længe har været et overset segment. Men hvis man

vil have fat i de velhavende 60+, er det en god ide at bruge ikoner, som ældre kan identificere sig med. I april 2006 indgik kosmetikfirmaet L'Oréal en kontrakt med den 68-årige skuespiller og forhenværende fitnessdronning Jane Fonda om, at hun skal repræsentere L'Oréals serie Age Re-Perfect, som henvender sig til et modent publikum. Dermed blev L'Oréal det første store kosmetikmærke, der gav sig ansigt til en kvinde på over 60 år, som har til hensigt at starte livet på nyt, som L'Oréal direktør formulerede det.

«De nye ældre er det store kommercielle potentiale. Man indretter mere og mere samfundet i forhold til den ældre målgruppe. Det er jo nogle købestærke ældre mennesker», siger Tine Fristrup, der som adjunkt på Danmarks Pædagogiske Universitet forsker i alderdommens nye former som en konsekvens af livsaldrenes opbrud. Tine Fristrup fortæller, at de mange nye netværk til ældre er tegn på, at de traditionelle livsaldre er i opbrud.

Menneskets livscyklus følger ikke længere en trappe, hvor man fra fødslen bevæger sig opad, trin for trin, til man er midaldrende, og derefter går man ned ad trappen - og dør på samme trin, som man blev født.

OPGØRET MED den klassiske livstrappe begyndte i 1980'erne, hvor der kom et nyt bud på, hvordan man kunne forstå alderdom. På det tidspunkt begyndte man at

se aldring som et socialt og kulturelt fænomen, hvilket var et klart modstykke til den medicinske måde at forstå aldring på - nemlig som et kropsligt og kognitivt forfald.

Dette skifte er blevet kaldt en kulturel vending, for det åbner for flere måder at forstå aldring på. «Livsaldrene sætter en dagsorden for, hvordan man skal forstå sig selv. Nu er der så flere bud - og det går ikke bare ned ad bakke for den aldrende», siger Tine Fristrup.

Og det er lige præcis et nyt bud på aldring, som organisationerne Elderhostel, Eons og Inspirum manifesterer. Som det står på Inspirums hjemmeside: «... vi drømmer om at få tid til selvrealisering - nu skal vi gøre det, vi ikke havde tid til før. Mulighed for tidligere. Vi drømmer om frihed, og for mange af os repræsenterer voksen- og pensionisttilværelsen en ny ungdomstid - med frihed, uafhængighed og et væld af muligheder».

Empedokles beskrev ellers alderdommen med den poetiske formulering 'livets solnedgang'. I dag er alderdommen blevet selvrealiserings tid.

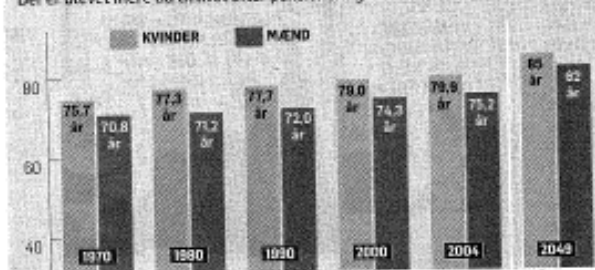
analyses@pol.dk

Camilla Mehlsen er cand.mæg og forlagschef for Danmarks Pædagogiske Universitets Forlag.

Kilder: James Herkin & Julia Huber: Eternal Youth, Demos 2004.

Ældre bliver ældre

Der er blevet mere tid til livet efter pensioneringen



Ældre og teknologianvendelse

18

- Britt Östlund: Design paradigms and Misunderstood Technology: The Case of Older Users
 - Vi har meget begrænset forståelse af ældre som brugere og forbrugere:
 - Stereotyp opfattelse af erfaring og livsperspektiv, og hvordan dette påvirker ældres teknologianvendelse
 - Der findes ingen videnskabelig dokumentation for at ældre har modstand overfor at afprøve nye teknologier
 - Dagens ældre har været en del af den største tekniske/digitale revolution
- Hvordan definerer vi ældres behov og præferencer vedrørende IT?

Young Technologies in Old Hands An International View on Senior Citizen's Utilization of ICT af Birgit Jæger (red.). DJØF 2005

Typiske definitioner af ældres teknologibehov ... alder?

19

- Over 65: ældre
- 65-80: unge ældre
- Over 80: gamle ældre

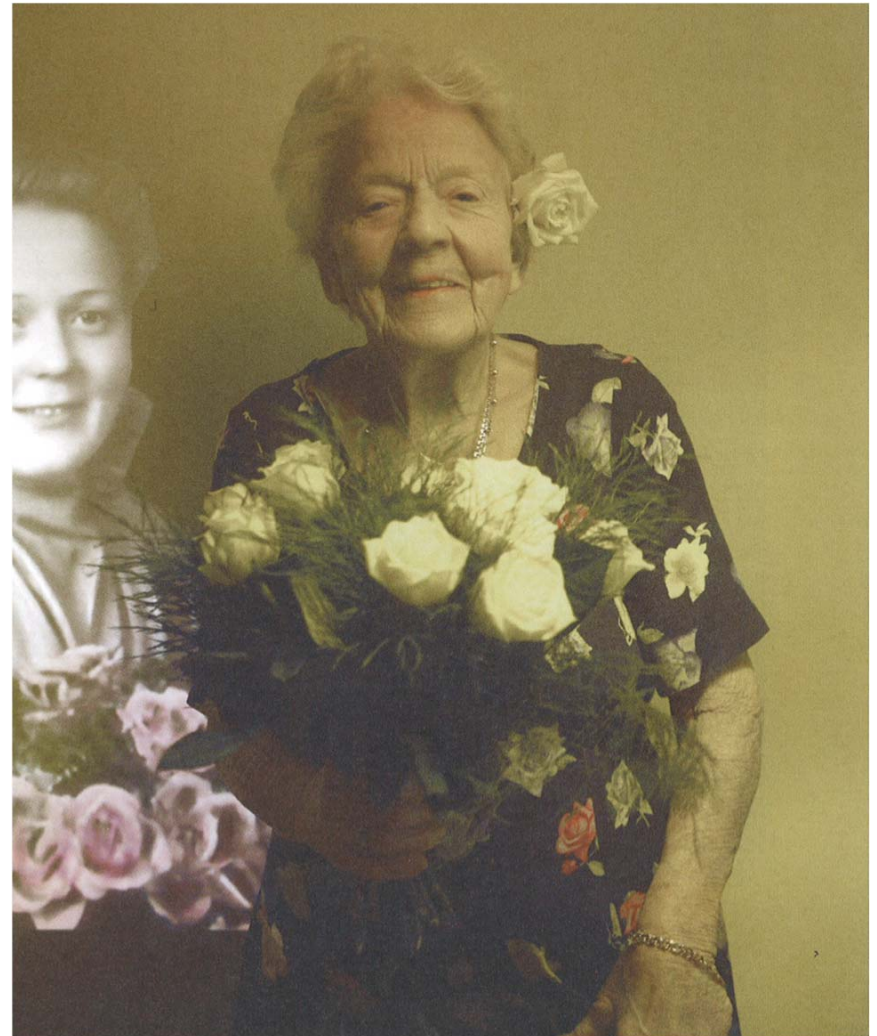
- Ælder er en meget uhomogen gruppe
- Højere levealder = længere ældreliv

- Stigmatisering -> gammel udenpå, ung indeni



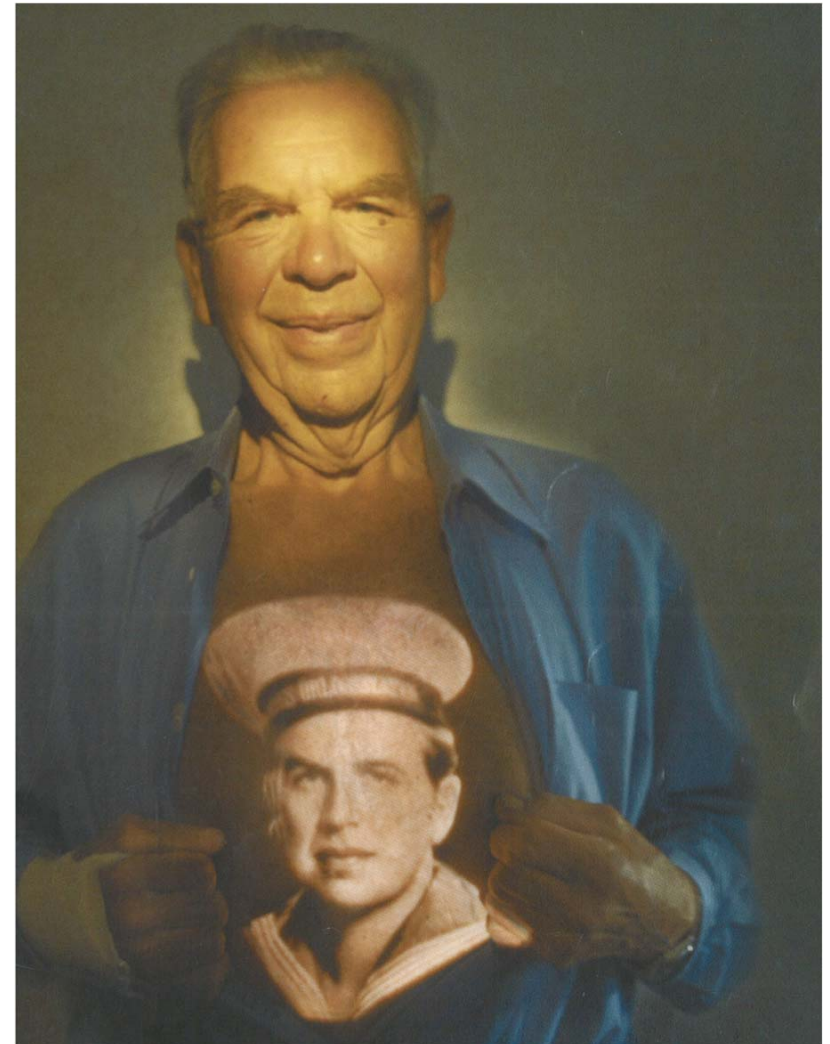
... alder?

20



... alder?

21



... Fysisk besvær

22

- Teknologisk behov som kompensation for fysisk funktionstab
 - Blive i egen bolig
 - Uafhængighed af andre

- Mobilitet
- Syn
- Hørelse
- Hukommelse

- Teknologier?



... socialt tab

23

- Teknologisk behov skabt af socialt tab
- Familie, ægtefælle, venner, kolleger
- Begrænset mobilitet
- Vigtigste aspekt af et godt ældreliv?

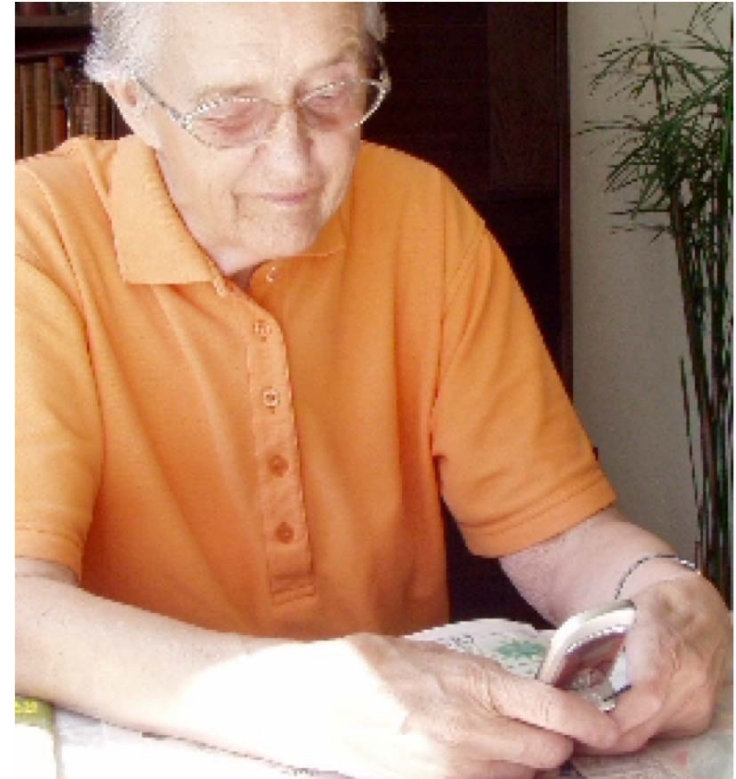
- Teknologier?
- (kompensere eller forstærke?)
- Teknologi som de-engagerende?



... teknisk inkompetence?

24

- Inkompetence
- Teknofobia
- Mere udbredt blandt ældre end andre aldersgrupper?
- Mindre villighed til at betale for teknologi?
- Ændret livsperspektiv -> pragmatisk tilgang til teknologi
- Alle mennesker vokser op i en teknologisk generation
- Adgang til og brug af IT bestemt af helbred, uddannelse (arbejdslivserfaring), køn, økonomi, selvopfattelse



Er social interaktion altid ønsket?

25

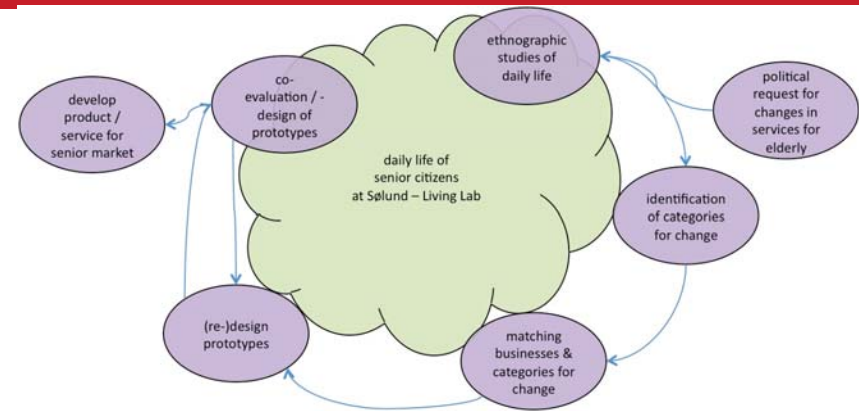
- ... eller er det blot en forestilling i samfundet?
- “compensating for these losses helps obstruct ageing which is supposed to be a desired value. One example is the assumed need for new social contacts when old friends and family have passed away”.



Hva' så?

26

- De vanskeligheder som ældre oplever med ny teknologi må kommunikeres til designere
- Føre til en iterativ design-proces, hvor ældre inddrages i designprocessen



Superheroes – undgå stigmatisering

27

- Tænk på Östlunds definitioner af gamle mennesker, når I designer for 60+
- Tænk på den aldringsproces, vi alle går igennem (finmotorik, syn, hørelse, håndgribelighed / abstraktion, sociale normer) – og på forskellige grupper af ældre
- Tænk på at vi alle vil være cool, selv om vi bliver ældre



Pause

28





SeniorInteraktion

- et projekt om det gode seniorliv

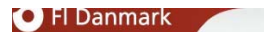
Opsamling fra 2. workshop: Torsdag den 17. juni 2010 Kl. 10-14
Vesterbro Kulturhus, Lyrskovgade 4, 1758 Kbh V



SeniorInteraktion

30

Seniorinteraktion: projektets partnere



Eva Brandt

Mail:
eva@itu.dk



Naveen Bagalkot



Lone Malmborg

Mail:
lone@itu.dk



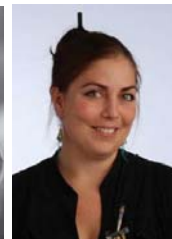
Tomas Sokoler



Tanja B. Andersen



Elena Nazzi



Maria Foverskov

Mail:
mfo@dkds.dk
Tlf:
26 19 78 26



Signe L. Yndigegn

Mail:
signelouise@itu.dk
Tlf:
72 18 53 27



Thomas Binder

Mail:
tbi@dkds.dk
Tlf:
35 27 76 57

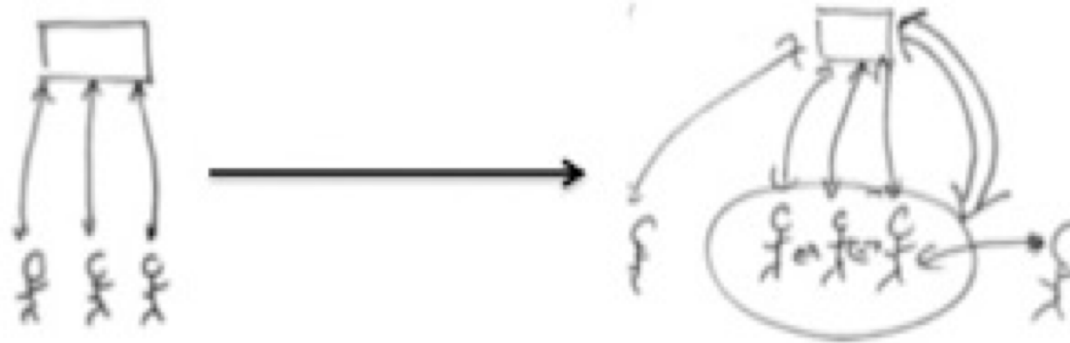
Being able to stay in your own home

31

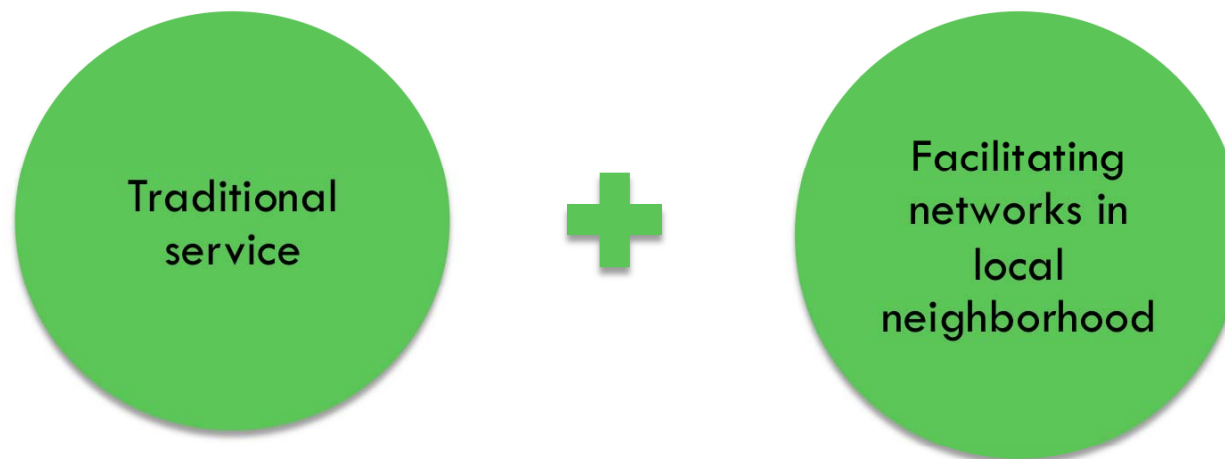


A new service perspective – a 'horizontal' service model

32



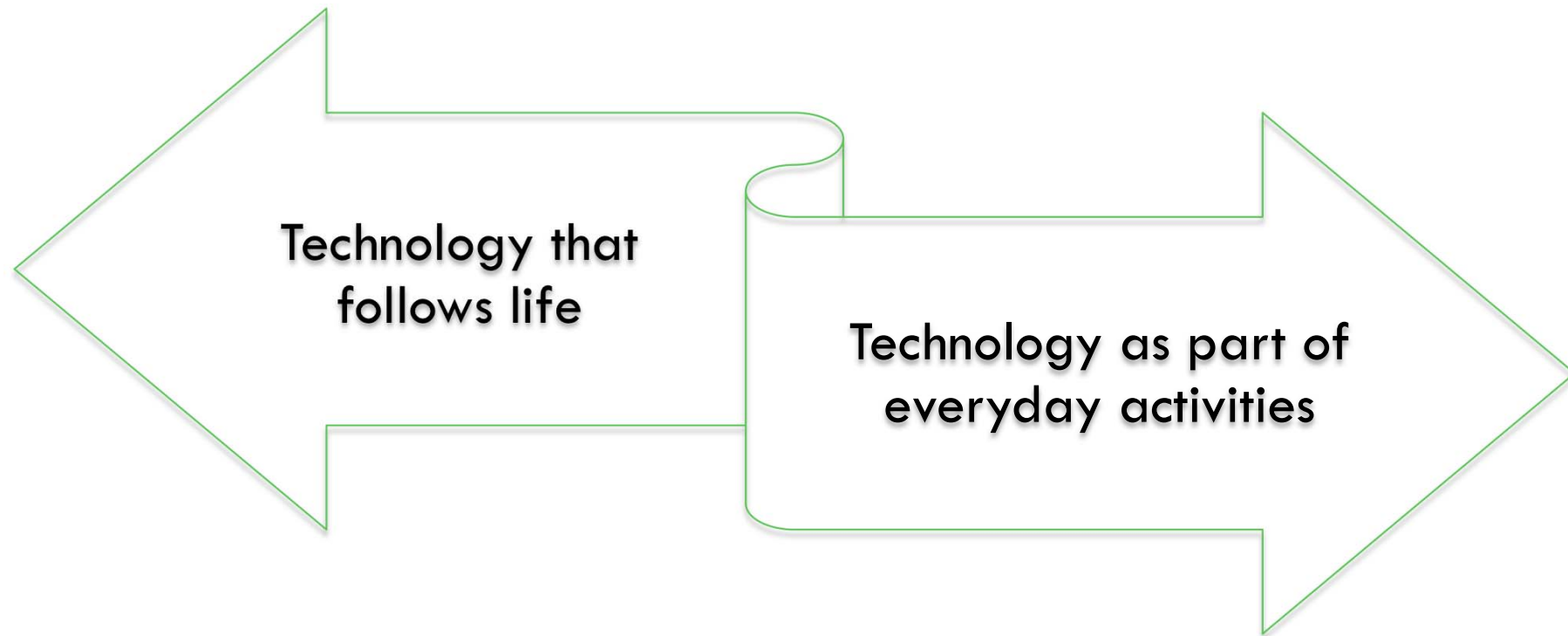
A new relation between service provider and citizen / customer



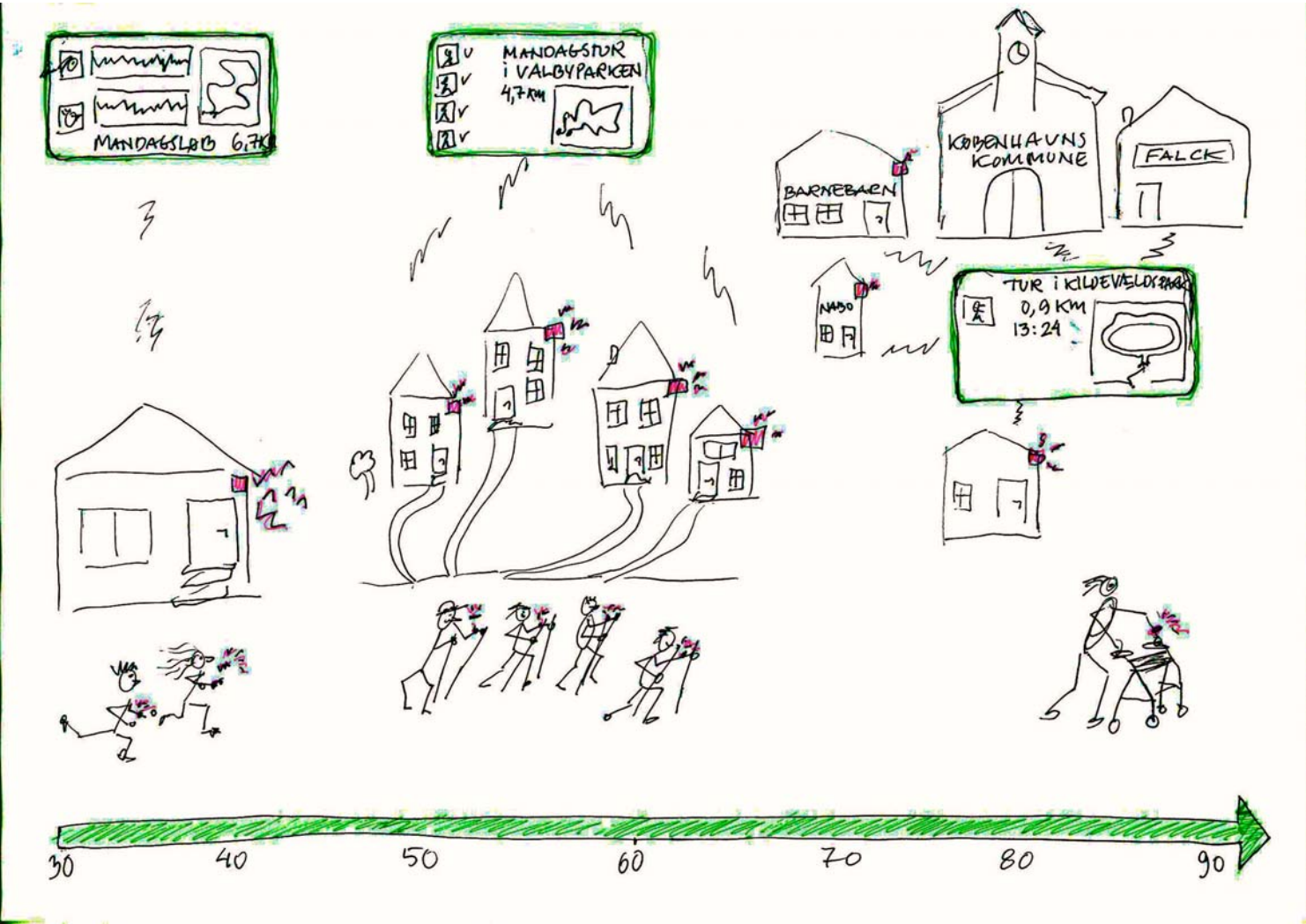
A new way of inhabiting the local neighborhood

A new technology perspective

33



Technology that follows life



Everyday activities as openings for social interaction – tickets to talk

35



Walking the dog



Gardening



Shopping



Swapping newspapers



Going to the movies



Exercising

To notice ... and be noticed ... while doing

Three everyday activities in focus

36



Experiences



Exercise and movement

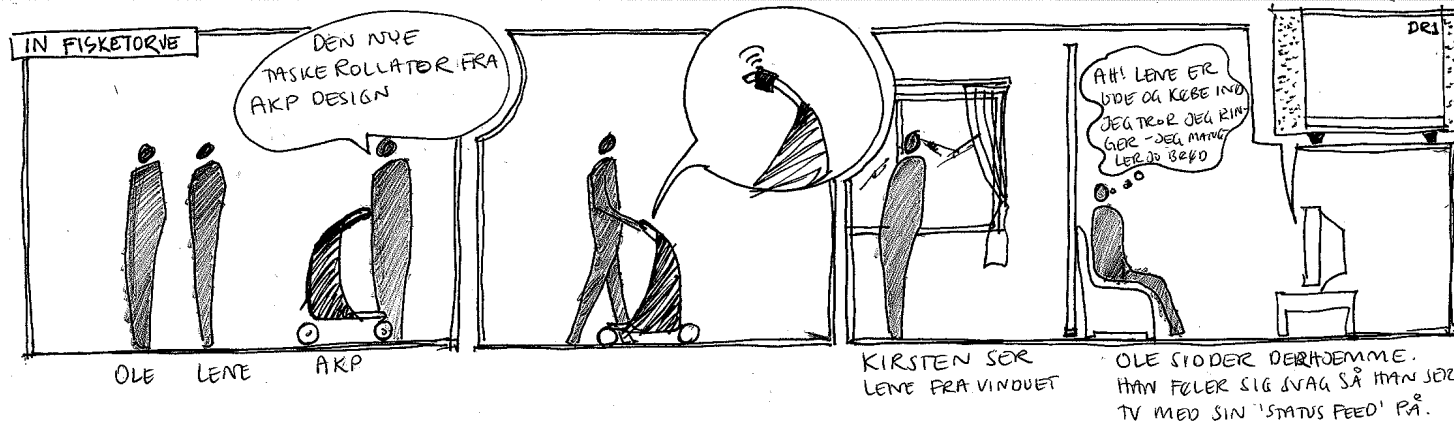


Meal spaces

Twitterido

A shopping scenario

37



Twitterido enables 'Tweeting' about activities by doing ...

Twitterido as a way to notice and be noticed while doing

Et eksempel på en designopgave

38

- Toke, Karsten og Nina DMD09

ØVELSE 2: FOTOOBSERVATION



Hvem er de ældre?
Hvordan ser ældres hverdag ud?
Hvad er ældre sammen om?
Er ældre enlige og/eller ensomme?

1. Udvælg et eller flere steder, hvor I, igennem jeres observationer, ser mulighed for at kunne svare på spørgsmålene.
2. I skal indsamle information om ældre, deres hverdag, sociale liv, vaner mm ved at observere og fotografere ældre i forskellige situationer.

I har også mulighed for at vælge et andet tidspunkt for jeres observationer – eller flere tidspunkter, hvis det passer bedre til den/de locations, som I har valgt.

Denne uges øvelse hænger sammen med næste uges øvelse. Det er derfor en god idé at have den med I jeres overvejelser, inden I går I felten.



LIDT OM NÆSTE UGES ØVELSE

I næste uge skal I udpege to vigtige observationer eller aha-oplevelser;

1. En situation, der styrker, støtter eller muliggør sociale møder mellem ældre
2. En situation, der forhindrer sociale møder mellem ældre

De to situationer skal dokumenteres og vises gennem denne uges foto-observation.



Hvem mangler kompendie?

41



Pause

42

- Efter pausen:
- Gæst ...
- Pernille Fjerritslev Mortensen (SUF, Kbh. Kommune)
 - Ældre, aktivitet og aldring

Slut.

43

