

# Cultural Probe



## Relevanz im Projekt

## Eignung / Unique Selling Point

Cultural Probes sind eine Sammlung von Materialien und Artefakten, die Designer dabei unterstützen die Zielgruppe in ihrem Kontext zu studieren.

## Projektphase

Zum Einsatz kommen Cultural Probes am Beginn eines Design- oder Entwicklungsprozesses, wenn es darum geht den Kontext der Zielgruppe zu bestimmen.

## Ziele

Cultural Probes dienen dazu den Zugang zu einer Zielgruppe zu erhalten und dadurch ein besseres Verständnis über die lokalen Gegebenheiten, die lokale Kultur und deren Hintergründe zu erhalten. Für Designer liefern sie Inspiration für den weiteren Designprozess.

## Vorbedingungen

Da Cultural Probes früh im Prozess eingesetzt werden können, bestehen für den Einsatz kaum Vorbedingungen. Lediglich die Zielgruppe sollte in ihren wesentlichen Zügen bekannt sein.

## Tipps

Die Materialien, die für Cultural Probes eingesetzt werden, sollten zwar einen hohen Grad an Ästhetik aufweisen, damit sie geschätzt und gern genutzt werden. Trotzdem sollten sie zu professionell wirken, damit die NutzerInnen auch keine Scheu davor haben, die „wertvollen“ Materialien im Alltag einzusetzen und sie zu verändern. Sie spielerische und lockere Umgang mit den Materialien sollte dabei im Vordergrund stehen. Formalismen sollten daher reduziert werden.

## Ressourcen

Um Cultural Probes im Feld einsetzen zu können, benötigt man den Kontakt zu einer Reihe potentieller User. Zusätzlich erfordert die Planung und Durchführung der Methode personellen- als auch Materialaufwand.

## Pitfalls

Die Materialien der Cultural Probes werden den NutzerInnen zur persönlichen Verwendung und die direkte Teilnahme der DesignerInnen überlassen. Das birgt immer die Gefahr, dass die Probes nicht (oder zu kurz) verwendet werden. Die Materialien sollten daher so gestaltet werden, dass sie einerseits Inspiration für die DesignerInnen liefern, andererseits aber auch für die NutzerInnen interessant sind und gern genutzt werden.

## Methodeninformationen

### Beschreibung

Cultural Probes sind Sammlungen von Aufgaben, die NutzerInnen mit speziellen Materialien erfüllen, um durch ihre Rückmeldungen Inspiration für DesignerInnen zu liefern. Cultural Probes liefern keine detaillierten Informationen über die NutzerInnen selbst, geben aber Beschreibungen ihrer Routinen und ihrer Gedanken zu einer Aufgabe ab.

### Ziele

Cultural Probes dienen dazu lokale Kulturen und den Kontext besser zu verstehen. Ihr Einsatz reduziert die Distanz zwischen DesignerInnen, NutzerInnen und deren lokalem Kontext.

### Akteure

DesignerInnen gestalten Cultural Probes, um durch ihre Nutzung Einblick in den Alltag der NutzerInnen zu erhalten und daraus Inspirationen abzuleiten. NutzerInnen verwenden die Materialien der Probes über einen gewissen Zeitraum und machen dadurch den realen Kontext greifbarer.

### Setting

Cultural Probes werden in einem realen Setting eingesetzt. NutzerInnen verwenden die Probes selbstständig in ihrem Alltag, ohne dass die DesignerInnen / ForscherInnen anwesend sind.

### Materialien

Cultural Probes können unterschiedlichste Materialien beinhalten, die zum bisherigen Wissen über die Zielgruppe und den Kontext, also auch den Anforderungen des Projekts passen. Beispiele dafür sind: Bilder oder Postkarten mit Fragestellungen auf der Rückseite; Karten bzw. Stadtpläne; (Sofortbild-)Kameras um spezielle Situationen bildlich dokumentieren zu können; Karten, Pappe und Papier; ein Fotoalbum; etc.

## Ablauf & Dauer

Cultural Probes werden von DesignerInnen als Sammlung oder Paket unterschiedlicher Materialien zusammengestellt. Dieses Paket wird schließlich den NutzerInnen überlassen, mit der Aufgabe die Materialien in ihrem alltäglichen Kontext gezielt zu verwenden und diesen dadurch für die DesignerInnen zugänglich zu machen. Das heißt die NutzerInnen werden explizit dazu aufgefordert, bestimmte Fragestellung (z.B. auf der Rückseite von Postkarten) zu beantworten oder Fotos von bestimmten Situationen zu machen. Die Übergabe der Pakete kann entweder postalisch oder persönlich erfolgen. Bei einer persönlichen Übergabe, können die NutzerInnen Fragen stellen und über den Zweck der Methode informiert werden. Nach einer gewissen Zeitspanne (z.B. eine Woche, ein Monat), die entweder definiert ist oder den NutzerInnen offen gelassen werden kann, werden die Pakete wieder an die DesignerInnen retourniert.

## Generierte Daten

Cultural Probes dokumentieren sich quasi selbst. Alles was die NutzerInnen mit Hilfe der Materialien festhalten (Tagebücher, Postkarten, Fotos, etc.) wird als Inspiration für das weitere Design herangezogen. Eine formale Analyse der Daten kann durchgeführt werden ist aber nicht das eigentliche Ziel der Methode.

## Verknüpfung mit anderen Methoden

Der Kontext kann auch mittels Fragebögen, Interviews oder teilnehmender Beobachtung erhoben werden. Diese Methoden haben aber einen anderen Charakter als Cultural Probes. Sie sind formaler, dienen der systematischen Analyse und erfordern (zum Teil) die Anwesenheit von DesignerInnen / ForscherInnen. Cultural Probes hingegen müssen spielerisch verstanden werden und dienen dazu Inspirationen zu erhalten. Weiters werden sie von den NutzerInnen selbstständig eingesetzt.

## Literatur

Gaver, W., Dunne, T. & Pacenti, E. (1999). *Cultural Probes*. Interactions, 6(1), 21–29.

Gaver, W., Beaver, J. & Benford, B. (2003). *Ambiguity as a Resource for Design*. International Conference on Human Interaction – CHI. USA.

Gaver, W. W., Boucher, A., Pennington, S., & Walker, B. (2004). *Cultural Probes and the Value of Uncertainty*. Interactions, 11(5), 53–56.