

Osa III, Muotoilu ja propaganda, tiivistelmä. Teoksessa: Innovaatioiden kotiutuminen. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2006. Toim. P Repo, I Koskinen & H Grönman. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.

OSA III

Muotoilu ja propaganda

Osassa III rakennetaan tulevaa käyttöä ja pohditaan tuotekehityksen pitkäaikaisia vaikutuksia. Artikkeleissa korostuu tuotekehittäjän jatkuva, vuorovaikutteinen suhde käyttäjiin.

Käyttäjätieto 2000-luvulla

Sampsu Hyysalo esittää kymmenen teesiä käyttäjätiedon haasteista. Tuotekehittäjien tulisi tuntea laaja valikoima käyttäjätiedon työkaluja ja menetelmiä. Patenttiratkaisun sijasta hän kannattaa tapauskohtaisia täsmävälineitä.

Käyttäjät tuotekehityksessä: lihaa, verta ja mielikuvia

Tanja Kotro rohkaisee tuotekehittäjiä tunnistamaan paremmin tavat, joilla he ottavat käyttäjät mukaan tuotekehitykseen. Erityisesti omat oletukset, mielikuvat ja kokemukset saavat ansaitsemaansa vähemmän huomiota. Käyttäjiä määritellään tuotekehityksessä monin eri tavoin, joskus huomaamattakin.

Henkilökohtaisen sisällön elinkaari mobiilituotteen suunnittelussa

Pekka Isomursu näyttää, kuinka uuden palvelun käyttöä mallinnetaan. Mallinnusta tarvitaan, jotta voidaan rakentaa monimutkaisia järjestelmiä, jotka voidaan antaa suurien käyttäjämäärien käyttöön.

Mobiilin käyttöliittymän arkisosiologiaa

Ippo Koskinen osoittaa, millaisiin tuotteita koskeviin ratkaisuihin käytön arkisosiologiset mallinnukset johtavat. Näiden mallinnusten perusteella muotoilijat luovat sen maailman, johon käyttäjä uppoaa. Tai jossa hän pysyy pinnalla.

Kuluttamisen luovat ja kesyt piirteet

Heidi Grönman pohtii haastatteluesimerkkien perusteella kuluttajan aktiivisuutta ja passiivisuutta suhteessa kodin käyttömuotoiluun. Tuotteiden luova käyttö on yksi tapa olla sosiaalinen eikä passiivinen tuotteiden rajoitusten hyväksyminenään ole aina pahasta.

