

Persuasive Læringsdesigns

Sandra Burri Gram-Hansen

Vi lærer hele tiden. Gennem hele vores opvækst, alt den tid vi går i skole, og for manges vedkommende også hele vejen igennem vores voksenliv, er der hele tiden nye ting vi skal forstå, og nye ting vi skal være i stand til. Samtidig er vi alle sammen blevet mere og mere digitale. Ikke kun i vores privatliv, hvor smartphones og iPads fylder mere og mere, men også på vores arbejdspladser, hvor vi ofte skal håndtere mange forskellige opgaver, og hvor mange ting skal optimeres og gøres mere effektivt. Derfor er det måske også meget naturligt at mange læringsforløb både i skoler og på arbejdspladser digitaliseres.

Det er svært at overse, at de teknologier vi omgiver os med, ikke længere bare er redskaber, der hjælper os til at løse svære opgaver – sådan som eksempelvis lommeregneren gjorde det før i tiden. Vi bruger teknologierne, når vi er sociale uden at være sammen, i vores fritid og når vi er på arbejde - og når vi er sammen med andre. Teknologierne påvirker vores holdninger og vores adfærd, og er ofte designet til at forme den måde vi forstår hinanden og vores omgivelser. Det kan lyde skræmmende, men jeg mener, at det også kan være nøglen til bedre digitale læringsforløb, der passer til de der skal lære, og hjælper til at det at lære noget nyt bliver både relevant, spændende og sjovt.

I mit ph.d.-forløb satte jeg mig for at undersøge, hvordan vi kan lave motiverende og engagerende læringsforløb, ved at tage udgangspunkt i det der hedder Persuasive design. Persuasive design er en måde at designe digitale løsninger hvor man netop forsøger at påvirke brugerne, men hvor der samtidig er stort fokus på etik, og på at brugerne ved, at de bliver påvirket. Derudover er Persuasive design en tilgang til adfærdsdesign, hvor der er fokus på at opnå vedvarende adfærdsændringer. Teknologien skal altså ikke bare skubbe brugeren i en bestemt retning på bestemte tidspunkter, men hjælpe dem til at opnå mål de selv har været med til at opstille, eller i det mindste forstår værdien af at arbejde hen imod.

Resultaterne af mit ph.d.-forløb viser, at Persuasive design ikke nødvendigvis giver bedre læring, hverken blandt børn eller voksne, men det kan gøre digitale læringsressourcer mere motiverende og engagerende – og engagement hos eleverne er en forudsætning for læring. Samtidig kan Persuasive design-feltet med fordel skele til teorier om læring, når vi forsøger at blive klogere på, hvordan vi kan påvirke brugerne. Når målet er at skabe en vedvarende adfærdsændring, er man nemlig nødt til også at forholde sig til hvordan brugerne kan afkode og fortolke det vi formidler gennem et digitalt medie, og netop processering af viden er et af de områder, som læringseksperter har beskæftiget sig med i mange år. Endelig har jeg med mit ph.d.-forløb peget på at der er domæner, hvor Persuasive Design har et særligt potentiale – blandt andet når vi taler om sundhedsteknologier og grøn omstilling. Vi skal gerne huske at tage vores medicin eller passe vores genoptræning, selv hvis mobiltelefonen glemmer at minde os om det, og vi skal gerne sortere vores affald korrekt, selv i de situationer hvor der ikke

er klistermærker eller blinkende lygter, der hjælper os på vej. Så har det værdi, at de adfærdsdesigns der påvirker os, er designet med fokus på at skabe en vedvarende ændring hos modtageren.

Fra Kaj Munk under 2. Verdenskrig til Grøn Omstilling hos værnepligtige i Forsvaret

For at blive klogere på hvordan Persuasive design kan bidrage til digitale læringsressourcer, har jeg beskæftiget mig med to meget forskellige cases. Først udviklede jeg et læringsforløb til en 7. klasse i folkeskolen, og sidenhen et forløb til værnepligtige i forsvaret. Fælles for de to cases var, at emnerne godt kunne virke både kedelige og irrelevante for de lærende, og at der i begge tilfælde var tale om komplekst læringsmateriale.

I samarbejde med 7. klasse fra en Nordjysk landsby opnåede jeg en dybere forståelse for, hvordan digitale medier så som iPads og mobiltelefoner kan bruges i undervisningen på en måde, så mediet hjælper eleverne til opnå en dybere forståelse for det materiale, de arbejder med. De involverede elever arbejdede i grupper, og kombinerede opgaveløsning i klasselokalet med aktiviteter rundt i skolens nærområde. Der var kun en begrænset relation mellem Kaj Munk og den involverede by, men forbindelse kunne skabes ved at sætte fokus på 2. Verdenskrig og lede de studerende til steder, der havde en betydning i netop den tid.

De digitale medier blev dels brugt til at præsentere relevante oplysninger, opgaver og beskeder om, hvordan eleverne skulle navigere rundt i området, og dels til at hjælpe til at de studerende selv skulle producere data undervejs på deres rute. På den måde bidrog forløbet både til viden omkring, hvordan Persuasive design kan forbedre digital læring i folkeskolen, og til viden om hvordan man kan undgå, at digital læring kun handler om mere skærmtid. Med Persuasive læringsdesign kan man rette fokus på at kombinere læring med fysisk aktivitet, samtidig med at svært læringsmateriale knyttes til steder, som eleverne allerede har kendskab til.

Projektets anden case rettede fokus mod en anden gruppe af lærende i form af unge voksne i en kompleks organisatorisk kontekst. I samarbejde med Forsvarsministeriets Ejendomsstyrelse udviklede og evaluerede jeg et Persuasivt læringsforløb med fokus på miljørigtig adfærd til værnepligtige i hæren. Der er et ministerielt krav om, at alle forsvarets medarbejdere skal modtage undervisning om miljørigtig adfærd, og en strategisk ambition om at digitalisere undervisningen mest muligt, men når man er ung og i færd med at aftjene værnepligt, kan det godt være svært at se relevansen af netop det emne. Samtidig har langt de færreste værnepligtige adgang til en computer i løbet af deres arbejdsdag. Størstedelen af deres hverdag foregår udendørs og kræver en del fysisk aktivitet. Dermed er traditionelle e-learning forløb ikke umiddelbart en god løsning for netop denne gruppe af medarbejdere.

Med udgangspunkt i Persuasive design skabte vi et læringsforløb, hvor de værnepligtige kunne gennemføre miljøundervisningen samtidig med, at de var fysisk aktive. Forløbet var inspireret af orienteringsløb, og de værnepligtige blev via tre store touchskærme præsenteret for en række relevante miljøscenarier, som skulle håndteres korrekt. For

at besvare scenariet skulle de værnepligtige hente en kode på et relevant sted på kasernen – eksempelvis skulle spørgsmål vedrørende affaldssortering besvares med en kode fra genbrugsstationen. Ved at tilføje et konkurrenceelement, hvor de værnepligtige konkurrerede mod hinanden, opnåede vi masser af engagement. Fordi de værnepligtige var fysisk aktive under forløbet, kunne miljøundervisningen integreres i deres allerede planlagte fysiske træning. Derudover kunne vi fastslå, at der var en betydelig tidsoptimering, hvis man sammenlignede det Persuasive læringsforløb med et eksisterende traditionelt e-learning forløb.

Og hvad skal vi så bruge det til?

Det er som nævnt svært at overse, at vi bliver påvirkede af vores omgivelser, både gennem teknologier og gennem mere klassiske kanaler så som aviser og reklamer. Derfor kan det også i en tid hvor kreativ markedsføring, strategisk kommunikation og Nudging er en del af hverdagen, godt være svært at se værdien i at forstå, hvad Persuasive design egentlig er for en størrelse.

Persuasion er faktisk et begreb der kan spores helt tilbage til Aristoteles klassiske retorik. På den måde er det ikke noget nyt, men nu til dags er det et område, der primært bliver diskuteret og undersøgt indenfor psykologien. Derfor var det også banebrydende da en amerikansk socialpsykolog i slutningen af 90'erne pegede på, at teknologierne havde potentiale til at kunne påvirke brugerne langt mere effektivt end andre mennesker ville være i stand til. Siden da er iPads, Smartphones og Sociale medier blevet en del af vores digitale hverdag. Udviklingen går hurtigt, og hvis man skal kunne følge med og i øvrigt passe på sig selv, kan det godt have værdi at vide, hvad det er, man bliver udsat for.

I mit Ph.d.-forløb har fokus primært været rettet mod relationen mellem Persuasion og læring, og på potentialet i at bruge Persuasive design i udarbejdelsen af digitale læringsdesign. For at nå dertil har jeg også været nødt til at bruge en stor del tid på at forstå, hvad Persuasion egentlig dækker over. I og med at det er et koncept, der er blevet diskuteret og undersøgt i mere end 500 år, kommer jeg ikke med nogle endegyldige klare definitioner. Derimod peger jeg på generelle tendenser og forståelser, der kan hjælpe til at begribe nogle af de principper, der karakteriserer Persuasive teknologier.

Den viden kan ikke alene bidrage til, at vi kan udvikle bedre og mere engagerende læringsressourcer, motiverende sundhedsteknologier og gøre grøn omstilling relevant og nærværende. Den kan også hjælpe til at lære børn, unge og voksne mennesker at bruge digitale medier på en sikker og fornuftig måde, for når vi ved, hvordan de digitale medier designes for at påvirke vores holdninger og adfærd, er vi bedre rustet til at stoppe op og sige fra, når den påvirkning ikke er noget, vi har lyst til at være en del af.