

Del -og helhedsforståelse af en event

- En undersøgelse af hvordan oplevelsesdesign kan involvere og motivere frivillige i planlægningsforløbet af Cyklo 2016

Et speciale i Oplevelsesdesign
Aalborg Universitet, forår 2016

TITELBLAD

Det Humanistiske Fakultet
Aalborg Universitet
Oplevelsesdesign
Januar - Maj 2016

SPECIALE AF:

Pernille Bossov Godt
Studienr.: 20142306

Marie Lykke Nielsen-Kudsk
Studienr.: 20114917

VEJLEDER:

Mette Skov

ANTAL SIDER:

83 sider = 110,4 normalsider

FORORD

Dette speciale er udarbejdet på 10. semester i Oplevelsesdesign ved Aalborg Universitet. Arbejdsprocessen har været spændende, interesseant og læring og vi har udvidet vores forståelse for events og hvorledes frivillige motiveres til at udføre ulønnet arbejde. Desuden har vi fået en dybere forståelse for vores primære felt - oplevelsesdesign.

I forbindelse med udarbejdelsen af specialet skylder vi en tak til Mette Skov, vores vejleder, der hele tiden har stået parat med konstruktiv vejledning. Ligeledes skylder vi en tak til Thomas Arentsen, vores kontaktperson hos Muskelsvindsfonden, der har været med til at gøre dette speciale muligt. Yderligere tak til Søren Degn-Pedersen, Steen Dongo, Bo Larsen og Shaghayegy Haddadi der alle har været med til at skabe empiri til dette speciale.

Sutteligt tak til venner, kærester og familie for stor opbakning og forståelse for arbejdsrelateret fravær!

God læselyst!

ABSTRACT

This master's thesis takes its starting point in a curiosity that has occurred through our individual work as volunteers – including event development and being a guide during the Eurovision Song Contest 2014. Through this we found two different experiences regarding how motivation occurs, both pointing in the direction that being included in the work is excessively important. In connection to this specific master's thesis we found it interesting to include our personal experiences and make these a starting point. Also we found it interesting to study how the practicalities in event planning can be connected to the theoretical and academic field – including central theories of experience design and the hermeneutic basic principles of understanding the parts as well as the whole.

The main research question of this master's thesis is based on an assumption that the involvement of these basic principles in the event planning can increase the value of the event experience, as everyone who is engaged in the planning process is involved. Furthermore the main aim is to let this involvement happen through a design that is built upon main theories about experience design. This aim is caused by the fact that theories about experience design has its focus on creating user centred experiences to where the purpose is to involve and engage the user through aesthetical appeal.

To include the practical field our studies are based on an actual course of event planning that unfolds parallel to our writing process. To meet this we have established a relationship with Muskelsvindsfonden in Århus, as Marie already takes part in the event planning of their newest event: Cyklo. On the basis of this the following research question is stated:

How can the hermeneutic basic principle of understanding the part as well as the whole be executed in a digital product that facilitates an experience for the volunteers of being involved and hereby motivated to be a part of the event planning of Cyklo 2016?

This master's thesis seeks to understand how the volunteers taking part in the event planning are motivated, so that we are able to extract design requirements that are to be implemented in our digital design which in its design relies on the central basic principles of experience design.

The underlying theoretical foundation of this master's thesis has its focus on theories about event planning, the structure hereof and how an event can be categorised as an experience. The theoretical foundation also addresses the basic theories about how motivation arises in an individual. In the work with collecting empirical data we use methods that are demanded by the use of case studies as research method. These are interviews and document reviews. It is in the interaction between theory and the empirical data our analysis is displayed, and it is in this interaction we find our design requirements.

In the concluding part of this master's thesis we present a suggested solution to our research question. The solution is based on an already existing management tool they use at Muskelsvindsfonden. Directly translated its called *annual cycle of work* (årsjulet). The way the tool is constructed meets our wishes to incorporate the basic principles of the hermeneutic understanding of both the part and the whole (holistic understanding), as the tool is divided into four parts adding up to 12 months. The tool is able to give the volunteers an insight into the whole that is Cyklo. In this way the volunteers get the possibility to see their personal part in the greater whole of the event planning. The suggested solution also presents other elements we see fit to meet the design requirements we have identified through the analysis. These elements facilitate the possibility of providing a meaningful experience.

INDHOLD

INDLEDNING

HERMENEUTIK: En afklaring

METODE

DESIGNPROCES: Buxton Funnel

AUTOETNOGRAFISK UDGANGSPUNKT

DESIGNTILGANG: Design-map

CASESTUDIER

CYKLO SOM CASESTUDIE

MUSKELSVINDSFONDEN: Plads til forskelle

CYKLO: Hvad er det?

PUBLIKUMSEVALUERING: Cyklo 2015

INTERVIEW MED PROJEKTLEDEREN: Business Model Canvas

SUPPLERENDE INTERVIEW MED PROJEKTLEDEREN

FOKUSGRUPPEINTERVIEW MED CYKLOS FRIVILLIGE

STRUKTURERET INTERVIEW VIA EMAIL

ANALYSEMETODE

TEORI

EVENTS: En afklaring

EVENTENS TYPOLOGIER

CYKELFESTIVAL: En multifunktionel type

EVENTMANAGEMENT OG PLANLÆGNING

EVENTMANAGEMENT: Processen struktureres

DEN KOMPLEKSE STRUKTUR

EVENT SOM OPLEVELSE

OPLEVELSENS TILTRÆKNINGSKRAFT

OPLEVELSENS PSYKOLOGISKE STRUKTUR

DEN GODE OPLEVELSE

DEN DIGITALE OPLEVELSE

FRIVILLIGE OG MOTIVATION

BEHOVSPYRAMIDEN

DEN OMVENDTE BEHOVSPYRAMIDE

YEUNGS MOTIVATIONSKORT

INDRE OG YDRE MOTIVATION

KATEGORISERING AF FRIVILLIGE

ANALYSE

FORSTÅELSE AF DE FRIVILLIGE: Frivillige som nøgleressource

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

FORSTÅELSE AF DE FRIVILLIGE: Kategorisering af de frivillige

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

FORSTÅELSE AF DE FRIVILLIGE: Kompetenceforståelse

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

FORSTÅELSE AF DE FRIVILLIGE: Passion og personlig interesse

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

FORSTÅELSE FOR MOTIVATION:

Nysgerrighed, selvrealisering og processindblik

6

9

11

11

12

14

16

18

20

20

21

22

23

24

25

25

26

26

28

28

29

30

32

33

34

34

37

38

41

41

42

43

44

45

47

49

51

52

53

54

55

56

57

58

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?	59
FORSTÅELSE FOR MOTIVATION: En del af en helhed	59
OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?	61
FORSTÅELSE FOR KOMMUNIKATION: Pirimært en-vejs kommunikation	62
OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?	63
FORSTÅELSE FOR KOMMUNIKATION: Projektstyring via årshjulet	64
OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?	67
OPSUMMERING PÅ ANALYSE: Krav til det digitale værktøj	67

LØSNINGSFORSLAG

MÅLET ER MENINGSGIVENDE ERFARINGSUDVIDELSE

1. ELEMENT: Årshjulet - giver de frivillige indblik	69
2. ELEMENT: Snup en opgave	71
3. ELEMENT: Personkontakt - fortæl om dig selv	72
4. ELEMENT: Start en chat	72
5. ELEMENT: Kalender - hvem skal hvad hvornår?	73
6. ELEMENT: Mål, formål og værdier i fokus	74
OPSUMMERING: Løsningsforslagets indhold	74
REFLEKTERENDE PERSPEKTIVERING	75

KONKLUSION

LITTERATURLISTE

FIGUROVERSIGT	59
FIGUR 1: Buxtons Funnel - i forbindelse med præsentation af teorien	12
FIGUR 2: Buxtons Funnel - i forbindelse med indledningen og 1. iteration	13
FIGUR 3: Sanders design-map	15
FIGUR 4: Goldblatts faseinddeling af en eventproces	30
FIGUR 5: Boswijk et al. - The process of creating meaning	35
FIGUR 6: Jantzen et al. - Oplevelsens psykologiske struktur	35
FIGUR 7: Pine og Gilmore - Experience realms	36
FIGUR 8: Hassenzahl og Tractinsky - User Experience (de tre facetter)	39
FIGUR 9: Garrett - Elements of user experience	39
FIGUR 10: Yeungs kort over frivillighedsmotivation	43
FIGUR 11: Boll et al. - Kategorisering af frivillige	45
FIGUR 12: Buxtons Funnel - i forbindelse med 3. iteration	47
FIGUR 13: Procesindblik (foto)	47
FIGUR 14: Buxtons Funnel - i forbindelse med 4. iteration	69
FIGUR 15: Skitse af årshjulet til intern meningsforståelse	71
FIGUR 16: Buxtons Funnel - i forbindelse med videre arbejde	78

1 INDLEDNING

Dette speciale tager sit udgangspunkt i personlige erfaringer, vi begge har fra event-branchen. Begge har vi været en del af planlægning –og afviklingsprocesser i forbindelse med både store og små events. Pernille har, grundet sin store personlige interesse for afviklingen af events, også været i praktik hos et eventbureau. I forbindelse med vores speciale fandt vi det interessant at inddrage disse erfaringer og tage afsæt heri. I forlængelse heraf fandt vi det interessant at undersøge, hvordan de praktiske omstændigheder i forbindelse med eventplanlægning kan knyttes sammen med teoretiske, faglige principper – herunder centrale oplevelsesdesignteorier og de hermeneutiske grundprincipper om del –og helhedsforståelse. Vores antagelse er, at inddragelsen af disse grundprincipper kan forbedre oplevelsesværdien ved en event, da alle involverede får en forståelse for deres del i eventens helhed. En sådan involvering skal ske med udgangspunkt i et oplevelsesbaseret design. Dette skyldes, at oplevelsesdesign i høj grad fokuserer på at skabe brugercentrerede oplevelser, hvis formål er at involvere brugeren aktivt via æstetisk tiltrækning (jf. Boswijk, Peelen og Olthof, 2012; Dewey, 1980; Jantzen, Vetner og Bouchet, 2012).

For at inddrage det praktiske felt fandt vi det spændende at tage afsæt i en case, hvor planlægningsforløbet af en event udfolder sig parallelt med vores specialeskrivning. I den forbindelse opstod muligheden for at etablere et samarbejde med Muskelsvindsfonden, der siden sommeren 2014 har arbejdet på at planlægge deres nyeste skud på stammen af festivaler: Cyklo. Cyklo er en cykelfestival, hvis formål er at sætte fokus på cyklen som transportmiddel gennem cykelløb og familievenlige aktiviteter. Samarbejdet med Muskelsvindsfonden er etableret på baggrund af Maries allerede eksisterende rolle som frivillig i foreningen, hvor hun deltager i netop planlægningen af Cyklo

2016. Som frivillig sidder hun sammen med andre unge mennesker, der også brænder for skabelsen af brugercentrerede oplevelser. Ligeledes er der en gruppe, der har fokus på motionsdelen af festivalen. I alt er der 15 frivillige fordelt ud på de to grupper i forbindelse med planlægningsforløbet af Cyklo 2016. I dette speciale har vi særlig fokus på netop disse frivillige, som alle er med ind over planlægningen af Cyklo.

I forbindelse med udførelsen af en individuel opgave, at udforme en liste af potentielle cykelrelaterede udstillere til festivalens expo-del, fandt Marie en problemstilling, der forstærker vores påstand om, at implementeringen af de hermeneutiske grundprincipper kan øge oplevelsesværdien ved en event. Hun fandt, at de frivillige ikke bliver givet muligheden for at kommunikere på tværs af hinanden og hjælpe hinanden med deres individuelle opgaver, hvilket gav oplevelsen af et forringet resultat af arbejdet. For at italesætte problemstillingen er autoetnografi benyttet til at belyse problematikken:

Efter afsendelsen af min liste gik der ikke ret lang tid, før en tilfældig fyr svarede tilbage: *Hvad med kabine/sofacykler? Eller hvad med "hvad bliver fremtidens cykel?" – tal med Innovations Lab!* Hvor smart! Det havde jeg overhovedet ikke tænkt over selv! Godt han lige fik det tilføjet. Jeg blev flov over min liste, den var kedelig og andre havde tydeligvis mere kreativitet end mig, men nu var den sendt af sted, og jeg tænkte at Thomas da sikkert godt kunne bruge noget af det. Men hvor ville det dog have været smart, hvis jeg havde vidst, at der var flere folk, der kunne have hjulpet mig med at udarbejde en fyldestgørende liste (bilag 1).

Planlægningsforløbet af Cyklo 2016 kommer til at spille en central rolle i vores speciale, da netop denne case er oplagt at arbejde med i undersøgelsen af, om implementeringen af de hermeneutiske grundprincipper kan øge oplevelsesværdien. På sådan vis tager specialets problemformulering udgang-

spunkt i en antagelse om, at oplevelsesværdien i en event øges, hvis alle medarbejdere – herunder også frivillige – har indsigt i hele eventplanlægningsforløbet. I forlængelse heraf antager vi også, at man som frivillig finder større motivation til frivilligt arbejde, hvis der er en oplevelse af, at ens arbejde er en del af en større helhed, og dermed følelsen af at være inkluderet. Disse påstande har grobund i Pernilles tidligere erfaringer med ulønnet arbejde, hvor hun med stolthed har været en del af et frivilligt team ved Eurovision Song Contest 2014:

Og jeg følte mig privilegeret over, at kunne tage min Eurovision-jakke og -trøje på, der viste, at jeg var en del af det her store arrangement. Jeg påtog mig rollen som repræsentant for Eurovision med stolthed. Jeg var aldrig i tvivl om min betydning i hele det store cirkus, for vi frivillige blev hele tiden klappet på skulderen og fik at vide, at intet ville kunne lade sig gøre uden os. (bilag 2)

Pernilles erfaring underbygges af Boll, Alsted og Hald (2012) der, blandt andet, peger på, at frivillige finder motivation til ulønnet arbejde, hvis de bliver involveret i den organisation, hvori de arbejder. Pernilles gode erfaringer med inkluderende frivilligt arbejde skal ses i kontrast til Maries knapt så gode erfaringer. I forbindelse med sin del af planlægningen af Cyklo 2016 har hun ikke følt ejerskab for projektet, og hun kunne godt have ønsket sig at blive inkluderet i højere grad. Den manglende inklusion har fra Maries side resulteret i dalende motivation til at fortsætte med arbejdet (bilag 1).

Dette speciale vil være en undersøgelse af det praktiske felt, herunder en forståelse for de frivillige og deres motivationsgrundlag for deltagelse i planlægningsarbejdet af Cyklo 2016. Fra denne forståelse er det målet, at drage nogle designkrav der skal implementeres i et digitalt produkt, der i sin udformning beror på centrale grundprincipper for oplevelsesdesign. Disse skal ses i kombination med de hermeneutiske grundprincipper om del- og helhedsfor-

ståelse. I kombinationen af disse to faglige felter vil vi forsøge at imødekomme vores antagelser om, at alle medarbejdere - herunder også frivillige – skal have indblik i hele planlægningsfasen for at kunne være medvirkende til at forbedre oplevelsesværdien ved en event, samt at en oplevelse af inklusion øger motivationen hos den frivillige.

En kombination af vores antagelser, og ønsket om at inddrage både oplevelsesdesign og hermeneutik i udformningen af et digitalt produkt, har resulteret i følgende problemformulering, der vil være dette speciales omdrejningspunkt:

Hvordan kan de hermeneutiske grundprincipper om del- og helhedsforståelse implementeres i et digitalt produkt, der giver de frivillige oplevelsen af at være inkluderet og derfor motiveret i eventplanlægningen af Cyklo 2016?

Som problemformuleringen antyder, er målet for det digitale produkt, at det skal give de frivillige en god, inkluderende oplevelse der motiverer dem til i højere grad at deltage i planlægningen af Cyklo 2016. Ønsket om at udarbejde et digitalt produkt skyldes, at vi ser det som en fordel, når der er tale om at forbinde mange mennesker, både lokale og ikke-lokale, i én relation. Dette er, efter vores overbevisning, nemmere at gøre, når det finder sted på en digital platform. Ligeledes skyldes det en naturlig interesse for konceptudvikling, hvor digitale aspekter spiller en vigtig rolle.

Dette speciale vil på bedste vis forsøge at portrættere en hermeneutisk arbejdsproces, vi har taget del i de seneste fem måneder i arbejdet med at besvare ovenstående problemformulering. Arbejdsprocessen sættes i relation til Buxtons Funnel (Buxton, 2007), der gennem specialet vil danne ramme om specialets progression. I den forbindelse vil vi gennemgå relevante empiriindsamlingsmetoder og relevant teori, der er behjælpelige til at skabe en forståelse for de frivillige, deres motivationsgrundlag og den kommunikation,

der foregår imellem dem. I søgen efter forståelse bliver der blandt andre metoder gjort brug af enkeltmandsinterview og fokusgruppeinterview. Dette skyldes, at disse metoder fordres i brugen af casestudier som forskningsmetode, hvilket er en central metode, vi gør brug af i vores undersøgelser. En argumentation heraf er at finde i specialets metodeafsnit, hvor alle brugte metoder præsenteres. I forlængelse herefter er specialets teoriafsnit, hvor relevant teori præsenteres. Herunder findes redegørelser af, hvordan en event kan klassificeres som en oplevelse, struktureringen heraf, eventmanagement og centrale oplevelsesdesign-teorier. Efterfølgende er en teoretisk redegørelse af motivation, og hvordan dette kan opstå hos et individ. Det indsamlede empiri og det præsenterede teori benyttes aktivt i specialets analyseafsnit, hvor formålet er at sætte empirien i relation til teorien og på den måde udtrække information, der kan give indblik i de frivilliges motivationsgrundlag, hvordan de oplever den interne kommunikation og om der er eventuelle ønsker til forandring. Disse informationer skal ses som designkrav, der i sidste ende overføres til det digitale oplevelsesprodukt, vi ønsker at skabe. I teoretisk perspektiv skal analysen ses som værende et arbejde der foregår på første plan, strategy, i Garretts (2011) model over the elements of user experience (Garrett, 2011, s. 29), hvor formålet er at klarlægge brugerens behov og ønsker. Løsningsforslaget til det digitale produkt vil derved omhandle det meningsgivende indhold i designet, fremfor et fokus på de instrumentelle funktioner, former og farver.

I både vores undersøgelser og analyser tager vi udgangspunkt i Sanders (2008) design-map, hvor vi placerer os med en research-led with expert mindset-tilgang. Dette betyder at vi ser os selv som forskere, der er eksperter inden for deres område, og at der derfor ikke vil blive gjort brug af udefrakommende ekspertise. Samtidig skal de personer, vi vil være i kontakt med i empiriindsamlingsfasen skal anses for reaktive informanter, hvis primære formål er at berige os med information.

HERMENEUTIK: En afklaring

Idet hermeneutikken er en essentiel del af dette speciale, er det nødvendigt at få afklaret, hvordan hermeneutikken skal forstås. Dette afsnit vil derfor være en afklaring heraf.

Hermeneutik er læren om det værende, og har en lang historie bag sig. Den bliver første gang nævnt i sin grundsubstans af Aristoteles (384-322 f.Kr.), der stiller spørgsmålstegn ved individets tilværelse i verden, og hvilken betydning denne tilstedeværelse har for individet (Nicolaisen, 2007). Med sine spørgsmål til individets væren i verden igangsætter han et utal af forsøg på at forklare dette hos verdens filosoffer. Især Martin Heidegger (1889-1976) er kendt som en af det 20. århundredes største filosoffer, der netop forsøger at forklare individets eksistens i sammenspil med omverden - det vi i dag kender som værende hermeneutikken (Nicolaisen, 2007). Heidegger er i særdeleshed kendt for sit litterære værk *Væren og Tid (Zein und Zeit)* fra 1927 (oversat til dansk i 2007), hvori han stiller dét, der formuleres som 'værens-spørgsmålet', altså, 'hvad er væren?'. I sit forsøg på at forholde sig til spørgsmålet, påstår Heidegger, at vi som individer forstår vores omverden set i forhold til den livs-verden, vi er vokset op i. På den måde forstås verden forskelligt, alt efter hvilke øjne der ser, fordi vi alle er vokset op med forskellige livsverdner og -horisonter. Vi be-stemmer ikke selv, hvilken livsverden vi vokser op i, det er noget, der er forudbestemt for os. Dette faktum kalder Heidegger for kastedhed (Nicolaisen, 2007). Ifølge Heidegger forstår individet sin omverden set i forhold til den livsverden, som det er vokset op i. Det vil altså sige, at en tandlægestol ikke nødvendigvis har samme betydning hos de indfødte i regnskoven, som den har for os i den vestlige verden. Dette skyldes, at mennesker født og opvokset i regnskovens primitivitet har en anden livsverden- og horisont end os i den vestlige, moderne verden. I forlængelse heraf understreger Heidegger også, at individet træffer sine beslutninger og valg, samt danner sine holdninger og meninger på grundlag af sin forståelse af - og sin interaktion med - omverdenen. Han påstår, at alle individets valg har en essentiel

betydning, fordi de drejer sig om, hvordan individet ønsker at leve sit liv. Alle valg er betydningsfulde, fordi de er set i lyset af, at mennesket er dødeligt og ikke skal leve for evigt. Dette faktum begrebsliggør Heidegger ved begrebet 'væren-hen-imod-døden' (Nicolaisen, 2007). Individet er altså i konstant sammenspil med sin omverden, hvor det forstår ting, træffer valg og danner sig meninger. Heidegger understreger, at dette konstante sammenspil kan anses for værende en konstant pendlen mellem helhed og del i en stadigt ekspanderende cirkel- eller spiralbevægelse (Nicolaisen, 2007). Individet danner sig hele tiden nye forståelser, valg og meninger på baggrund af dem, som det allerede har truffet tidligere. Det bygger altså ovenpå tidligere erfaringer, det har gjort sig i sammenspil med sin omverden, og på den måde ekspanderes individets forståelseshorisont. Dette faktum er i sin grundsubstans hovedessensen af den moderne hermeneutik.

I løbet af sine aktive år som filosof havde Heidegger en elev ved navn Hans-Georg Gadamer (1900-2002). Gadamer udgav i 1960 bogen *Sandhed og Metode*, der sammen med Heideggers egen bog *Væren og Tid*, anses for værende et af det 20. århundredes største litterære værker (Gadamer, 2004). I Gadamers (2004) forståelse af hermeneutikken og dens fokus på individets konstante sammenspil med sin omverden, er det ikke svært at se, at han var elev af Heidegger. Han sætter ligeledes individets evne til at forstå sin omverden i form af dele og helheder, som et centralt fokuspunkt for sin afklaring af hermeneutikken. I forlængelse heraf ser han sig også enig i metaforen om den hermeneutiske cirkel, der afspejler individets konstante udvidelse af sin erfaringshorisont gennem involvering i sin omverden. Fællestrækket ved begge filosoffer er, at de begge ser hermeneutikken som en ontologi, læren om det levende, og at den hermeneutiske cirkel er en betingelse for menneskets erfarende eksistens. Til den hermeneutiske forståelse tilføjer han også, at noget så essentielt som sproget ligeledes er en vigtig faktor i ekspansionen af menneskets erfaringshorisont, hvilket han er den første, der påpeger (Gadamer, 2004).

Som skrevet satte Aristoteles tanker i gang hos utallige af filosoffer, og flere år før Heidegger forsøge blandt andre Friedrich Schleiermacher (1768-1834) og Wilhelm Dilthey (1833-1911) at sætte ord på hermeneutikken. Hos Schleiermacher handlede hermeneutikken i høj grad om en fortolkers evne til at skabe forståelse for en forfatters individuelle tankeprocesser og skabelsesprocesser gennem tekstnære analyser. Forstået på den måde at det var fortolkerens opgave at forstå meningen bag ordene, og forstå hvad forfatteren ville udtrykke. Tilbage i Schleiermachers tid handlede hermeneutikken ikke om at forstå sin egen erfaringshorisont, men derimod om at kunne forstå et andet individ gennem fordomsfri tekstanalyse (Jørgensen, 2013). Her skal det tilføjes, at hverken Heidegger eller Gadamer var af den overbevisning, at det er muligt at være fordomsfri som et erfarende individ (Gadamer, 2004; Nicolaisen, 2007). Året efter Schleiermachers død blev Dilthey født, og han forsøgte ligeledes at sætte ord på hermeneutikken. Dilthey forkastede, at hermeneutikken ikke kun centrerede sig om tekstanalyser, men ligeledes også handlede om alle historiske fænomener. Forstået på den måde at Dilthey påstod, at et centralt fokuspunkt i hermeneutikken også var menneskets evne til at forstå sig selv, det samfund og den historie, som det har skabt (Jørgensen, 2013), og dermed se sin omverden i lyset af den forståelse. Med en sådan påstand kommer det ikke som en overraskelse, at Heidegger fandt megen inspiration i Diltheys værker (Nicolaisen, 2007). I forlængelse heraf kan Dilthey derfor anses som værende overgangsfigur til den moderne hermeneutik, der som nævnt, blev italesat af Heidegger. Oprindeligt så både Schleiermacher og Dilthey hermeneutikken som en metodisk tilgang til forståelsen af ting, hvorimod den hos Heidegger og Gadamer i højere grad er en ontologi - læren om det værende (Gadamer, 2004; Jørgensen, 2013; Nicolaisen, 2007).

Det er essentielt for os at understrege, at den hermeneutik vi vil arbejde med, er den grundforståelse som Heidegger og Gadamer præsenterer i deres hovedværker, der omhandler at et individ kun kan forstå helheden, hvis det forstår delene og ligeledes omvendt. Netop denne del af hermeneutikken finder

vi ekstraordinært interessant, fordi den understøtter vores antagelse om, at et individ forstår tingene bedre, bedre kan forholde sig til givne sammenhæng, hvis det forstår de enkelte dele og dermed også helheden. Dog skal det ikke forklejnes, at de omtalte filosoffer bidrager med flere forskellige tanker og synspunkter, disse er dog ikke relevante for vores fokuspunkt i hermeneutikken. Herunder kan der eksempelvis nævnes at Dilthey dybdegående beskriver åndslivets historie, og hvordan den teologiske tilgangsvinkel påvirker individers sjæleliv (Jørgensen, 2013). Ligeledes fokuserer Heidegger i sin bog *Væren og Tid* i høj grad på at forholde sig analytisk til 'værensspørgsmålet', og menneskets ageren i verden, uden dog helt at komme ind på et endegyldigt svar. Ligeledes sættes han i relation til nazismen som sympatisør heraf, hvilket eftersigende skulle skinne tydeligt igennem i hans senere leveårs studier (Nicolaisen, 2007).

Ovenstående præsentation af hermeneutikken der, foruden at understrege vigtigheden af del-og-helhedsforståelse, ligger vægt på erfaringsdannelse gennem en ekspanderende cirkel, er den tankegang, der er udgangspunkt for dette speciales de-signproces. I det følgende metodeafsnit præsenteres designmodellen Buxtons Funnel (Buxton, 2007), der beror på hermeneutiske grundprincipper i den forstand, at den fordrer en iterativ arbejdsgang, hvori der konstant veksles mellem delene og helheden imens der arbejdes hen imod et facit. I praktisk forstand betyder det, at vi bliver nødt til at forstå de teoretiske og empiriske delelementer, vi har, før vi kan komme med et kvalificeret løsningsforslag på vores problemformulering. Yderligere bliver vi nødt til at forstå den helhedskontekst hvortil vi skal skabe en løsning. Som en konsekvens af den hermeneutiske tilgang har vi ligeledes valgt at indarbejde autoetnografier, der klarlægger vores forforståelser for specialets emne, og på den måde den referenceramme hvorfra vi forstår emnet. Mere om hvordan autoetnografier spiller en rolle i dette speciale i det kommende metodeafsnit.

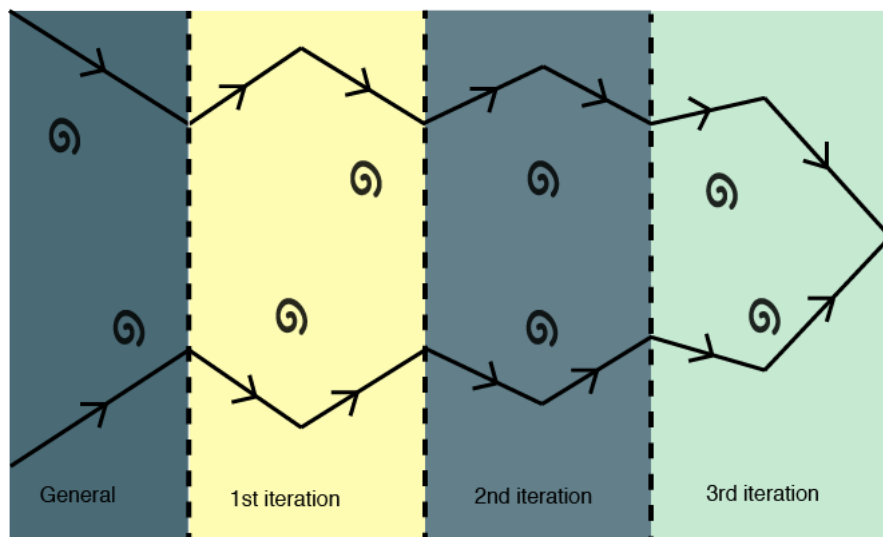
2 METODE

Dette afsnit beskriver specialets metodiske tilgang. Afsnittet gennemgår specialets designproces, der tager udgangspunkt i den hermeneutisk funderet model Buxtons Funnel (Buxton, 2007), vores designposition set ud fra Elizabeth Sanders (2008) design-map, og ligeledes en redegørelse af casestudier som forskningsmetode. I forlængelse heraf ser vi på, hvorfor Cyklo er valgt som casestudie. Ydermere vil der være en præsentation af Cyklo, den bagvedliggende forening Muskelsvindsfonden, og publikumsevalueringen af Cyklo 2015. Efterfølgende vil der komme en redegørelse for brugen af Business Model Canvas (2012), der benyttes som inspirationskilde til en interviewguide under et interview med vores kontaktperson, hos Muskelsvindsfonden, Thomas (som fremefter vil blive omtalt som projektlederen), hvor formålet er at få et indblik i det bagvedliggende organisatoriske arbejde. På den måde skabes en større forståelse for Cyklo som helhed, samt om frivillige er en reel nøgleresource i planlægningsarbejdet af Cyklo 2016. Herforuden vil der være et yderligere interview med projektlederen, hvor fokus i højere grad er at klarlægge foreningens brug af frivillige. Yderligere vil der være en gennemgang af den bagvedliggende metode til enkeltmands –og fokusgruppeinterview samt til et struktureret interview via mail. Da dette er specialets metodeafsnit, kan en behandling af publikumsevalueringen og de forskellige interviews være at finde i analyseafsnittet der præsenteres længere inde i specialet.

DESIGNPROCES: BUXTONS FUNNEL

For at give dette speciale struktur, visualiseres vores arbejdsproces med en design-model. Der tages udgangspunkt i Buxtons Funnel (Buxton, 2007), da denne har udgangspunkt i en hermeneutisk iterativ arbejdstilgang – en arbejdstilgang vi følger gennem specialet. Modellen modificeres således, at den stemmer overens med det forløb, som vi har været igennem. Buxton (2007) beskriver modellen i sin bog *Sketching User Experiences - getting the design right and the right design*, der handler om, hvordan man som designer skaber et vellykket design. Modellen er i sin beskrivelse rettet mod at blive brugt af producerende virksomheder, og afspejler på den måde et designforløb der konsekvent begynder med en idé for til slut at munde ud i et endeligt, salgsklart produkt (Buxton, 2007). I forhold til vores proces skal modellen i højere grad ses som et værktøj, der sætter ramme om de til- og fravalg, vi begår i løbet af vores designproces, hvortil målet er at nå frem til et hermeneutisk forankret digitalt produkt, der motiverer Muskelsvindsfondens frivillige til aktiv deltagelse i eventplanlægningen af Cyklo.

I sin beskrivelse af modellen tager Buxton (2007) helt konkret udgangspunkt i, at alle virksomheder skal have et produkt, der er købeværdigt for at kunne overleve. Dette kræver, at virksomheden kaster sig ud i en designproces, der enten har til formål at forny et allerede eksisterende produkt eller skabelsen af et nyt ikkeeksisterende produkt. Han beskriver, at en sådan designproces består af hermeneutiske iterationer, hvori der foretages divergente og konvergente til- og fravalg (Buxton, 2007). Modellen ser ud som følgende:



Figur 1: Buxtons Funnel, gengivet med inspiration fra Buxton (2007, s. 148), består her af fire faser, hvoraf den første defineres som værende den generelle, hvor de overordnede designkrav og tilgange formuleres. Herefter følger tre iterationer, hvor der veksles mellem del og helhedsforståelse af produktet (Buxton, 2007).

Buxtons Funnel (2007), ovenstående figur, visualiseres i form af en nedadliggende kegleform, der består af tre iterationer. Brugen af iterationer trækker relationer til hermeneutikken, hvor det, som før beskrevet, handler om at individet forstår sin om-verden set ud fra dets livsverden. Disse kan forandres, hvis individet kommer i kontakt med andre mennesker, situationer eller produkter der giver grund til at ændre på disse (Gadamer, 2004; Jørgensen, 2013; Nicolaisen, 2007). Dette skal forstås således at man som designer kan sidde med én forståelse af, hvad slutbrugeren vil have, der kan vise sig at være helt forkert, når brugerens egentlige ønsker, forventninger og krav fastslås. På den måde får designeren en ny indsigt i form af ny erfaring, som han bliver nødt til at inddrage i sit videre designforløb, således der ikke designes et produkt, brugerne ikke vil investere i. I modellen visualiseres dette i form af de indhak, der er i keglen. Først indskærper designeren sig i forhold til sin eksisterende viden for derefter at åbne op igen, fordi han har fået ny viden. På den måde

veksles der mellem del og helhedsforståelse af produktet, og sådan kan processen fortsætte indtil et endeligt produkt er udviklet. På den måde ekspanderes erfaringsdannelsen i en spiral – eller cirkelbevægelse.

Som ovenstående figur viser, starter modellen ud med en mere generel formulering af den undren, der ligger til grund for undersøgelsen af problemfeltet. Samtidig bliver de mere overordnede krav og tilgange til designprocessen formuleret. På den måde definerer første fase, hvad det følgende arbejde kommer til at handle om.

AUTOETNOGRAFISK UDGANGSPUNKT

For at kunne give et dybdegående indblik i den undren der ligger til grund for dette speciales tilblivelse, benytter vi os af autoetnografi. Autoetnografi er en metode, hvori forskeren tager afsæt i sit eget liv, ved at gøre opmærksom på de forforståelser og personlige indsigter, han har for det emne, der er i fokus (Baarts, 2010). På den måde klarlægges det, at forskeren i sin forskning er forudindtaget, hvilket er præcis dét, både Heidegger og Gadamer understreger, at et individ altid er (Gadamer, 2004; Nicolaisen, 2007). Som konstant erfarende individ, er det ikke muligt at være fordomsfri, og der vil derfor, som udgangspunkt, altid være en forudfattet forståelse for det felt, der skal undersøges. Autoetnografi søger at klarlægge denne forudfattede, samtidig med at den konkretiserer hvorfra interessen for undersøgelsen kommer. I forlængelse heraf kan autoetnografien afklare udgangspunktet for de undersøgelsesspørgsmål, undersøgelsen kommer til at tage udgangspunkt i. I bugen af autoetnografi som metode gør forskeren sig selv til genstand for observation, refleksion og undersøgelse, samtidig med at personlig erfaring italesættes (Baarts, 2010):

'Auto' betyder selv' og repræsenterer dermed introspektionen, hvor forskeren gør sig selv til genstand for observation, refleksion og undersøgelse. 'Etno' betyder 'kultur' og afspejler således ekstrospektionen, hvor

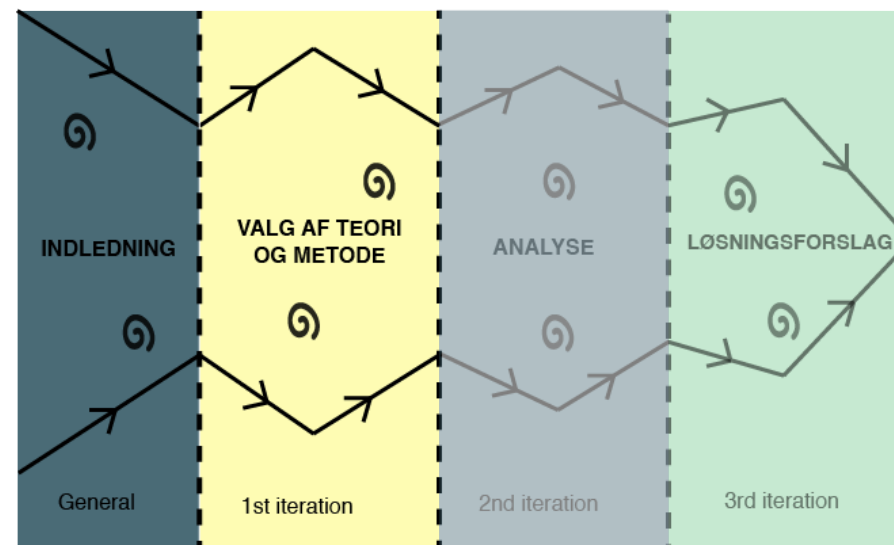
forskeren retter sin opmærksomhed mod de studerede og den kontekst, i hvilken deres handlinger og erfaringer bliver til, og i hvilken også forskeren selv bliver formet. Endelig henviser 'grafi' til den videnskabelige proces, den kvalitative undersøgelse og den systematik, med hvilken personlige beretninger, erfaringer og observationer transformerer sig fra personlige indsigter til videnskabelig viden. (Baarts, 2010, s. 155)

Begrebet autoetnografier er, ifølge Baarts (2010) blevet et paraplybegreb der dækker over blandt andre personlige narrativer, førstepersons-beskrivelser og refleksive et-nografier der ofte skrives som en impressionistisk tekst i form af eksempelvis poesi, noveller eller fiktion. På den måde kan brugen af autoetnografi i højere eller mindre grad dominere en afhandling.

Vores autoetnografier (bilag 1 og 2) omhandler de personlige erfaringer, vi har gjort os i forbindelse med involveringen af de event-planlægningsforløb vi har været en del af. Maries autoetnografi omhandler hendes oplevelser i forbindelse med udførelsen af en individuel opgave i forbindelse med planlægningsfasen af Cyklo 2016. Hendes autoetnografi belyser en problemstilling i at de frivillige ikke bliver tilbudt muligheden for at kommunikere internet og på den måde supplere hinanden i deres individuelle arbejde. Dette har, som autoetnografien (bilag 1) også belyser, resulteret i et forringet arbejdsresultat, og gjort at Marie i mindre grad er motiveret til at fortsætte det frivillige arbejde. Modsat omhandler Pernilles autoetnografi hendes gode, motiverende oplevelser ved hendes frivillige deltagelse i Eurovision Song Contest 2014 (bilag 2). De to autoetnografier skal ses i kontrast til hinanden, og danner grundlag for påstanden om at frivillige medarbejdere i højere grad er motiveret til ulønnet arbejde, såfremt de får oplevelsen af at være inkluderet. En inkluderende oplevelse kan, ifølge vores antagelser der er præsenteret i indledningen, imødekommes ved at implementere de hermeneutiske grundprincipper om del –og helhedsforståelse. Autoetnografierne er udelukkende benyttet i indledningen, hvor formålet er at belyse vores bevægegrunde for dette speciale. På den

måde stiller vi os selv som genstand for en undersøgelse, hvilket er hvad Baarts (2010) påpeger, at en autoetnografi er til for. Det betyder, at de undersøgelser vi fortager, udspringer fra os selv, hvilket i forlængelse heraf betyder, at vi i løbet af arbejdsprocessen udvider vores egen erfaringshorisont, og på den måde indgår i en indre hermeneutisk proces.

Den følgende fase, den første iteration, er dette speciales metode –og teoriafsnit. Det skyldes, at der med udgangspunkt i den definerede problemformulering undersøges hvilke metoder og teorier, der er relevante at inddrage i besvarelsen heraf. Det iterative arbejde består i at undersøge feltet af relevante metode og teori, for derefter at udvælge det, der synes mest relevant. Første iteration består derved af dette indeværende metode –og teoriafsnit, hvor det relevante teori præsenteres. Det visualiseres således i Buxtons Funnel (2007):



Figur 2: Buxtons Funnel, gengivet med inspiration fra Buxton (2007, s. 148), viser her, at den indledende iteration og 1. iteration i vores speciale indeholder indledningen og valg af teori og metode.

I hver iteration er der ydermere ”små” iterationer, der består i udvælgelsen af brugbare brudstykker fra henholdsvis metoder og teori. Forstået på den måde at der ek-sempelvis ikke kan findes relevans i helheden af en bestemt teori, og at vi derfor er nødsagede til at udvælge de dele, der giver mening at ind-
drage. Disse iterationer er visualiseret i figuren, figur 2, ved de små spiraler.

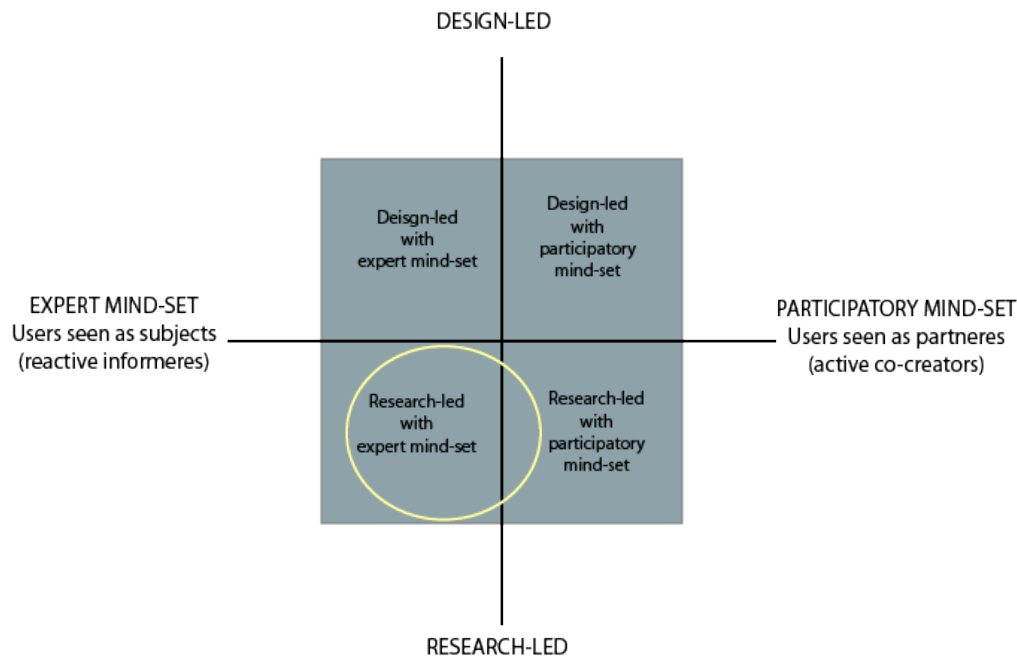
I det følgende afsnit vil redegøre for en specifik designtilgang, der sætter ramme om vores empiriindsamlingsfase, analysefase og afsluttende udvikling af løsningsforslag. Der tages udgangspunkt i Sanders (2008) teori om design-
map.

DESIGNTILGANG: Design-map

Med designprocessen afklaret er det efterfølgende relevant at redegøre for den designteoretiske tilgang, der tages i løbet af processen. I sin beskrivelse af Buxtons Funnel nævner Buxton (2007), at en designer kan have flere forskellige tilgange til sine undersøgelser. En af tilgangene kalder han for Designer as God (Buxton, 2007, s. 103), hvor designeren arbejder ud fra den tro, at alt hvad han gør, er det rigtige, og inddragelsen af ekstern viden er derfor minimal (Buxton, 2007). Vi påtager os delvist en sådan rolle, forstået på den måde at vi har dannet os en grundlæggende viden ud fra teori og indsamlet empiri. Vi inddrager dog ikke yderligere ekstern viden i selve analyse –og konceptudviklingsfasen. Det er relevant for os at understrege, hvilken design-tilgang vi benytter os af, da det er argumentationen for den rolle vi påtager os som designere, den tilgang vi har til både empiriindsamlingsfasen, analysefasen og den afsluttende udvikling af løsningsforslaget. For at understøtte og uddybe Buxtons Designer as God-tilgang (Buxton, 2007), inddrager vi Sanders (2008) artikel *An evolving map of design practise and design research*. Sanders (2008) argumenterer for, at en designer kan placere sig selv i et design-kort, der består af fire forskellige områder. Hovedformålet med Sanders (2008) artikel er at understøtte, at man i en forskning har en bestemt tilgang til sine undersøgelser, og ligeledes et bestemt mindset omkring disse. Enten drives forskningen af en praktisk funderet tilgang, design-led, eller en teoretisk funderet forsknings-tilgang, research-led (Sanders, 2006):

The space is defined by two dimensions. The vertical dimensions describes the impetus of the design research approaches. The top half (i.e., design-led) contains design research methods and tools that have been introduced into practise from a design perspective. The lower half (i.e., research-led) contains design research methods and tools that have been introduced into practise from a research perspective. (Sanders, 2006, s. 5)

Uanset hvilken af de to tilgange der benyttes, arbejdes der yderligere enten ud fra et ekspert mindset eller et participatory mindset. Det er disse fire tilgange, som Sanders (2008) forsøger at visualisere med sit design-kort:



Figur 3: Elizabeth Sanders (2008) design-kort, gengivet med inspiration fra Sanders (2008), hvori en designer kan placere sig, for at understrege hvilken tilgang der er i designprocessen. Den gule cirkel symboliserer vores position i kortet.

Som figur 3 viser, er der to modstridende dimensioner, hvor den ene tillægger designeren en bestemt tilgang, og den anden tillægger designeren et bestemt mindset til forskningen. Til sammen giver dette forskeren muligheden for at placere sig i én af fire forskellige dimensioner: research-led with expert mindset, research-led with participatory mindset, design-led with participatory mindset og slutteligt design-led with expert mindset (Sanders, 2008, s. 2). Det er designerens beslutning, inden for hvilket felt han ønsker at foretage sin forskning, og derfor også hvilken tilgang, han påtager sig. Forstået på

den måde at der i de forskellige tilgange og mindsets, foreligger forskellige arbejdsprocesser og værktøjer. Arbejdes der ud fra et ekspert mindset ser designeren sig selv om eksperten, og han refererer til slutbrugeren som værende subjektet, brugeren eller kunden (Sanders, 2008), der kun fungerer som en reaktiv informant. Denne tilgang lægger sig op ad Buxtons (2007) tilgang, han kalder for De-signer as God. Arbejdes der derimod med et participatory mindset arbejder designeren med en tilgang, hvor brugerne anses som de rigtige eksperter inden for det pågældende forskningsområde og som aktive meddesignere. Kortet skal ikke anses som værende en procesmodel - ligesom Buxtons Funnel (2007) - der visualiserer et dynamisk arbejde, hvor man bevæger sig mellem de fire felter. Kortet er ikke ment som en procesmodel, og designeren placerer sig ofte derfor kun i ét felt.

Når vi placerer os i dette design-kort, handler det om at gøre det klart, hvilken tilgang vi har til den forskning, vi kaster os ud i for at kunne besvare vores problemformulering. Når vores tilgang til arbejdsprocessen defineres ud fra ovenstående design-kort, skabes rammerne for vores empiriindsamlingsfase, analysefase og fasen hvor løsningsforslaget udformes. I besvarelsen af vores problemformulering placerer vi os i det felt Sanders (2008) kalder for research-led with expert mindset, hvor vores undersøgelser tager udgangspunkt i teoretisk funderet forskningstilgang. Vi bruger kun projektlereden hos Cyklo og andre relevante personer som reaktive informanter. I den forbindelse bliver der gjort brug af empiriindsamlingsmetoder i form af både individuelle- og fokusgruppeinterviews. I forlængelse heraf skal det nævnes, at vi på baggrund af det faktum at vi benytter os af kvalitative empiriindsamlingsmetoder, ikke lægger os helt fladt op af venstre side i design-kortet, hvor det beskrives, at der overhovedet ikke bliver gjort brug af ekstern viden. Vi ligger i højere grad i spændingsfeltet mellem research led with expert mindset og research led with participatory mindset, med en overvægt til venstre side (se figur 3).

Både individuelle- og fokusgruppeinterview fordres i arbejdet med casestu-

dier som forskningsmetode, og netop denne form for forskningsmetode ud-
dybes i det følgende, hvor der tages fat på, hvad Muskelsvindsfonden er, og
hvordan Cyklo kvalificeres som et brugbart casestudie. Det følgende afsnit er
en beskrivelse af selve forskningsmetoden og dens empiriindsamlingsmeto-
der, herunder interviews og gennemgang af relevante dokumenter.

CASESTUDIER

I sin bog *The art of study research* definerer Robert E. Stake (1995) casestu-
diet som værende en holistisk undersøgelse, en forsker indgår i, når der er
et ønske om at undersøge et specifikt, komplekst fungerende fænomen i sin
naturlige eksistens: "Case study research is not sampling research. We do
not study a case primarily to understand other cases. Our first obligation is to
understand this one case" (Stake, 1995, s. 4)

Det kan eksempelvis være hvorledes undervisningen foregår i et klassevæ-
relse, eller hvorledes specifikke kompetencer arbejder sammen i forskningen
af visse forhold i barndommen. Stake (1995) understreger, at en forsker ind-
går i et casestudie, fordi der eksisterer et ønske om at undersøge netop dét
unikke fænomen, og ikke nødvendigvis alle mulige andre. I forlængelse heraf
understreger han, at et casestudie ganske sjældent er beregnet til at danne
generaliseringer ud fra:

The real business of case study is particularization, not generalization.
We take a particular case and come to know it well, not primarily as to
how it is different from others but what it is, and what it does. (Stake,
1995, s. 8)

I følge Stake (1995) kan et casestudie klassificeres på to forskellige måder, når
der er tale om brugen af enkelte casetilfælde. Han definerer det, han kalder
for intrinsic¹ case study og instrumental² case study. Et intrinsic casestudie er
udført, når det handler om at finde det unikke i et fænomen, lade undersøgel-
serne fokusere herpå, og efterfølgende argumentere for, hvordan fænomenet
adskiller sig fra alle andre. Valget af et sådan studie beror ofte på nysgerrig-

1 Intrinsic oversættes til ordet iboende på dansk. Vi tillader os at benytte os af det
engelske term fremadrettet, da det vil skabe mindre forvirring, og bibeholder autenticiteten
omkring forståelsen af casestudiet.

2 Instrumental oversættes til medvirkende på dansk. Ligeledes benytter vi os her af
instrumental fremadrettet

hed. Et instrumental casestudie er brugt, når forskeren ønsker at undersøge en specifik predefineret problemstilling, og på den måde indsamle yderligere viden om problemstillingens felt. Når et instrumental casestudie benyttes, så kan det være behjælpelig til en overordnet forståelse af den pågældende problemstilling. I forlængelse af sin redegørelse af instrumental casestudier understreger Stake (1995), at der ligeledes kan gøres brug af collective case studies, hvor der undersøges flere forskellige casestudier på én gang. Sådant en tilgang bruges ofte, når forskeren er af den overbevisning, at han har brug for at undersøge flere enkelttilfælde på én gang, før han kan vide sig sikker i den overordnede forståelse af problemstillingens felt (Stake, 1995). Alt efter hvilken en af casestudierne der bliver benyttet, handler det, ifølge Stake (1995), om at vælge den form, der er mest lovende, og den som umiddelbart har det bedste og mest analyserbare udbytte. Udbyttet henter forskeren gennem kvalitative metoder i form af observation, interviews og gennemgang af brugbare dokumenter, der kan bruges i forståelsen af casen.

I forhold til brug af empiriindsamlingsmetoder er der tidligere i dette speciale blevet argumenteret for, at vi befinder os i det område, der hedder research led with expert mindset i Sanders (2008) design-map, og at der i forhold hertil skal udføres forskning med netop expert mindset. Dette forstået på den måde at vi anser os selv som værende eksperter, der kun bruger vores rekvirenter og andre relevante personer som reaktive informanter. Det vil sige, at den tilgang vi har til vores casestudie og de tilhørende metoder, observation, interviews og gennemgang af relevante dokumenter, sker med udgangspunktet i at vi er eksperter. De ting vi ser, vi spørger om og de essentielle informationer, der står i relevante dokumenter, bliver analyseret ud fra det faktum, at vi arbejder ud fra tilgangsvinklen research led with expert mindset. Analysen af det indsamlede empiri vil derfor foregå ud fra vores subjektivitet. Med Stakes (1995) egne termer kan en forsker, der i sin analyse søger efter sammenhænge og nye måder at fortolke og forklare disse på, kaldes for case researcher as interpreter (Stake, 1995 s. 97).

I forlængelse heraf skal det nævnes, at Stake (1995) understøtter, at der i kvalitativ forskning netop er fokus på, at analysen sker ud fra forskerens eget livssyn, og at analysen derfor ofte er subjektiv, fordi forståelsen af det indsamlede materiale dannes ud fra fortolkning: "Interpretation is a major part of all research. [...] On the basis of observation and other data, researchers draw their own conclusions." (Stake, 1995, s. 9). Dette har, som Flyvbjerg (2010) nævner det, været et kritisk punkt i brugen af casestudier fordi dette faktum giver forskningsmetoden tvivlsom videnskabelig værdi (Flyvbjerg, 2010). Dog aflives påstanden med argumentet om, at tendensen til verifikation er et generelt fænomen, alle forskere må forholde sig til på et tidspunkt i løbet af en karriere som forsker. Herunder også at casestudiet som kvalitativ forskningsmetode ikke er mere eller mindre præget af snæversyn end kvantitative, hypotetisk-deduktive metoder. Denne aflivning ændrer ikke på det faktum, at vi påtager os en designtilgang der fordrer, at vi er subjektive, da vi har en expert mindset-tilgang til vores analyse, som derfor vil blive subjektiv. Set fra vores synspunkt er det derfor kun fordelagtigt, at vi benytter en forskningsmetode, der i sin natur lægger op til brugen af subjektivitet. Netop dette er fordelagtigt fordi subjektiviteten af det analytiske arbejde i høj grad lægger sig op ad den hermeneutiske tilgang, da denne understreger at individet forstår og fortolker ud fra sin subjektive livsverden.

Flyvbjerg (2010) forsøger at aflive fem centrale misforståelser, der er i forståelsen af casestudier. En af dem er, at teoretisk viden er bedre end praktisk viden. Hertil nævner han, at kontekstafhængig viden er en essentiel del af menneskets læringsproces, og at det er i den kontekstafhængige erfaring, en forsker kan bevæge sig fra begynderniveau til ekspertniveau. Han sammenligner denne påstand med det faktum, at vi som mennesker alle er eksperter inden for almindelige hverdagsaktiviteter, som eksempelvis at børste tænder, køre på cykel eller afkode billeder på fjernsynsskærmen. Derimod er det få af os, der er eksperter inden for mere specialiserede områder, som eksempelvis det at komponere en symfoni eller styre et jettfly. Denne specialiserede ekspertvi-

den er kun tillært, fordi de få der kan det, i højere grad har indgået i et intimt læringsforløb inden for det pågældende område. På den måde argumenterer han for, at casestudier kan bruges som forsknings- og undervisningsmetode, og endda mere generelt også som læringsmetode. I forlængelse heraf påstår han også, at det kun er i erfaringen med enkelttilfælde, at det er muligt at bevæge sig fra begynderniveauet til ekspertniveauet (Flyvbjerg, 2010).

I forhold til den ovenstående beskrivelse af metodiske empiriindsamlingsmetoder der fordres af casestudiet som forskningsmetode, er det vigtigt at understrege, at der i det videre arbejde ikke vil blive foretaget observationsstudier. Relevante observationsstudier ville være at undersøge, hvordan den interne kommunikation tager sig ud blandt Cyklos frivillige. Dog har denne kommunikation fundet sted i rammer, der ikke er mulige for os at observere, da disse har været ikke-fysiske. Alligevel har der været kommunikation i form af møder hos Muskelsvindsfonden, disse er dog ikke relevante at observere, da en sådan observation i højere grad ligger op til en analyse af interpersonel kommunikation, herunder eksempelvis diskursanalyse.

CYKLO SOM CASESTUDIE

Først og fremmest er det relevant at tale om, hvilken slags casestudie Cyklo er set ud fra Stakes (1995) definitioner intrinsic casestudie eller instrumental casestudie. I dette tilfælde er Cyklo et intrinsic casestudie. Dette fordi valget heraf bygger på en undren, der bevæger sig inden for en verden, vi har fundet interessant. Valget af Cyklo som case skete på baggrund af en naturlig nysgerrighed om at undersøge hvordan de hermeneutiske grundprincipper om del –og helhed kan implementeres i et digitalt produkt, der giver de frivillige oplevelsen af at være inkluderet, og derfor motiveret, i planlægningen af Cyklo 2016:

[...] when we get curious about a particular agency, or when we take the responsibility of evaluating a program. The case is given. We are interested in it, not because we need to learn about some general problem, but because we need to learn about this particular case. We have an intrinsic interest in the case, and we may call out work intrinsic case study (Stake, 1995, s. 3).

Det er ikke vores mål at undersøge Cyklo, fordi vi ønsker at få en generel viden om hvordan et digitalt produkt, der beror på hermeneutikkens grundprincipper, kan implementeres i andre foreninger, og på den måde engagere og motivere deres frivillige. Det drejer sig udelukkende om at undersøge, hvordan produktet kan implementeres hos Muskelsvindsfondens frivillige. Dette er samtidig dét, der gør netop denne case unik: Muskelsvindsfonden er et af de få steder, der gør aktivt brug af deres frivillige medarbejdere i selve planlægningsforløbet, hvor andre foreninger ofte først gør brug af de frivillige på selve dagen, hvor eventen afvikles. Netop dette faktum gør casen særlig unik, fordi det er første gang Muskelsvindsfonden tager den tilgangsvinkel til planlægningen. Dette italesættes af projektlederen i forbindelse med et interview, hvis metodiske baggrund præsenteres længere inde i dette metodeafsnit. I og med at Cyklo er et intrinsic casestudie, der er valgt på baggrund af en nysger-

rig og en undren, udelukker det også risikoen for at være rekvirentstyret, hvilket giver os frie tøjler til at undersøge det aspekt af Cyklo, som vi finder mest interessant. Havde Cyklo derimod været et instrumental casestudie, var vi, fra Muskelsvindsfondens side, blevet præsenteret for en pre-defineret problemformulering, de ønskede en besvarelse på. Denne kunne eksempelvis være formuleret på baggrund af et ønske om undersøgelsen af, hvordan de i højere grad kunne engagere frivillige medarbejdere. Herefter ville fokus i vores videre arbejde have været at finde en, eller flere, casestudier, der kunne give os indsigt i problemfeltet, og derefter formuleringen af et løsningsforslag. Derimod har vi, i arbejdet med et intrinsic casestudie, selv defineret problemfeltet og derudfra defineret en problemstilling. I forlængelse heraf er det også derfor, at vi finder det interessant at arbejde med et intrinsic casestudie, da det giver os frihed til at arbejde i den retning, vi selv ønsker det.

Ydermere er det relevant at understrege, at valget af casestudie som forskningsmetode, er truffet på baggrund af Flyvbjergs (2010) argumentation om, at praktisk viden er ligeså velegnet til erfaringsdannelse som teoretisk viden. Med et intrinsic casestudie har vi mulighed for at gå i dybden, og på den måde tilegne os et ekspertniveau af viden i forhold til hvordan Muskelsvindsfondens frivillige engageres og motiveres.

Med en afklaret argumentationen for casestudier som forskningsmetode, herunder Cyklo som case, er det følgende en præsentation af Muskelsvindsfonden. Hertil også en dybere afklaring af, hvad Cyklo er.

Forståelsen af Muskelsvindsfonden og Cyklo sker ud fra en gennemgang af relevante dokumenter. Stake (1995) beskriver i sin afklaring af casestudiet som forskningsmetode, at gennemgang af relevante dokumenter er en metode hvorpå forskeren kan få et indblik i den specifikke case. I dette tilfælde er der tale om en gennemgang af Muskelsvindsfondens egen hjemmeside, samt gennemgang af fremsendt præsentationsmateriale af Cyklo. Slutteligt en

præsentation af en publikumsevaluering Muskelsvindsfonden har foretaget i kølvandet på Cyklo 2015. Ydermere dannes forståelsen for Cyklo også ud fra brugen af Business Model Canvas (2012), der er et værktøj til at identificere de bagvedliggende organisatoriske mønstre, samtidig med at værdier og visioner klarlægges.

MUSKELSVINDSFONDEN: Plads til forskelle

Case-arbejdet med Muskelsvindsfonden er, som tidligere beskrevet, kommet i stand gennem Maries allerede eksisterende arbejde ved Cyklo, hvor samarbejdet går på tværs af to hovedgrupper af frivillige, hvor den ene koncentrerer sig om oplevelseselementerne og den anden koncentrerer sig om selve motionsdelen af arrangementet. Medlemmer af disse to frivillig-grupper vil senere hen deltage i et fokusgruppeinterview. Mere herom senere.

Muskelsvindsfonden er en medlemsforening, der arbejder for at skabe bedre vilkår og rammer for både børn og voksne - dette være sig uanset køn, etnisk oprindelse, religion, alder eller seksuel orientering - der lider af muskelsvind. Foreningen har omkring 2200 medlemmer og i omegnen af 70 fastansatte medarbejdere, der er fordelt ud på forskellige poster, herunder kommunikationsafdelingen, der udgiver medlemsbladet Muskelkraft, medlemsafdelingen der arrangerer medlemsarrangementer og indsamlingsafdelingen, der blandt styrer de mange frivillige. Ligeledes er der en handicappolitisk afdeling, en intern service og IT-afdeling og en afdeling der tager varer på de økonomiske aspekter. Foreningen arbejder for, at mennesker med sygdommen skal kunne leve et så normalt og aktivt liv som muligt, samtidig med at de lever i et samfund, der accepterer dem. Vigtige byggesten i foreningen er visionen om mangfoldighed, at der i nutidens samfund skal være plads til forskellighed blandt mennesker, og at alle forskelle accepteres på lige vis (Muskelsvindsfonden, 2016 ¶ Vision: Plads til forskelle, ¶ Vedtægter). Foreningen arbejder hårdt på at realisere netop denne vision. I arbejdet på at fjerne deres medlemmers begrænsninger i livet, finansierers foreningens tiltag og aktiviteter gennem events i form af Grøn Koncert, Cirkus Summarum og siden 2015 også Cyklo (Muskelsvindsfonden, 2016 ¶ Organisationen).

CYKLO: Hvad er det?

Cyklo er som allerede nævnt Muskelsvindsfondens nyeste skud på stammen af sociale arrangementer, og er, som navnet næsten afslører, en festival hvor cyklen er centrum for alle festivalens aktiviteter. Hertil er festivalen skabt på baggrund af en ambition om at øge opmærksomheden på både den nationale og internationale cykelkultur gennem sjove, fælles og unikke oplevelser. Herigennem er ambitionen også, at skabe bevågenhed omkring de sundhedsmæssige fordele og de samfundsnyttige gevinster (bilag 3). Håber er, at flere unge og ældre vil benytte deres cykel som transportmiddel. Ligeledes er festivalen skabt på baggrund af Muskelsvindsfondens generelle ønske om at udviske ulighederne blandt muskelsvindshandicappede og ikke-handicappede, og på den måde lade ønsket om plads til mangfoldighed og forskelle blandt mennesker skinne igennem.

Festivalen havde sin debut i 2015 d. 22. august i Aarhus (bilag 3). Grundet sin status som debut-festival, kunne cykelglade Århusianere deltage i festivalen gratis og på den måde agere testpiloter. Cyklo 2015 bestod af fire hovedattraktioner: Enkeltstarten, hvor formålet var at cykle om kap mod sig selv og uret. Her havde deltagende mulighed for at tilmelde sig som enten motionsrytter eller elite-rytter. Hver rytter blev sendt afsted enkeltvis på en 12 km. lang rute. Cykelkarneval hvor kreativiteten, mangfoldigheden og friheden var høj-sæde. Formålet var at udsmykke sig selv, sin cykel, sin kørestol, sit løbehjul eller hvilket som helst andet to-hjulet transportmiddel i et karnevals-festligt outfit og deltage i et karnevalsoptog langs vandet. Staffen, hvor venner og familie kunne stille et femmands-hold og dyste mod andre hold. Light Parade, hvor formålet var at udsmykke sin cykel med alle former for lys og på den måde indgå i en lys-fest. I tiden mellem de fire hovedattraktioner foregik der cykelrelateret arrangementer for både børn og barnlige sjæle - herunder blandt andre cykelringridning, cykelballondans, stopdans på cykel og de uofficielle mesterskaber i "det længste bremsespor". Fordelt ud på de fire hovedattraktioner var der 500 aktive deltagere, og ligeledes er det estimeret, at der har

været et sted mellem 200 og 400 besøgende på festivalpladsen. På pladsen var der stillet op med telte, toiletfaciliteter og skilte, der viste vejen rundt mellem aktiviteterne. I 2016 er konceptet næsten idendisk, bortset fra at festivalen strækker sig over to dage. Ligeledes er stafetten blevet taget af programmet, og antallet af aktiviteter er steget – herunder eksempelvis cykel catwalk, BMX show, cykel expo (køb og salg af cykler og tilbehør) samt et officielt bike-maraton (se evt. bilag 4 for yderligere beskrivelse af aktiviteter ved Cyklo 2016).

Muskelsvindsfonden har store ambitioner for Cyklo i fremtiden. Der er fokus på, at festivalen skal vokse i fysisk størrelse og have endnu flere aktiviteter. Ligeledes er der håb om økonomisk gevinst. I 2016 er det håbet, at Cyklo går "break even" rent økonomisk, hvortil der i 2017 og 2018 er et håb om en fortjeneste på henholdsvis 0,8 millioner og 2 millioner. Dertil er det en ambition, at 2017 bliver året, hvor Muskelsvindsfonden går i dialog med en anden by om et eventuelt værtsskab, og at dette realiseres i 2018. I forbindelse med festivalens vokseværk er det også et ønske, at der skal være flere deltagere, og at festivalen stækker sig over flere dage. I 2017 er det håbet, at festivalen varer minimum tre dage, og i 2018 er det ambitionen, at der skal være cykel-festival i hele tre til fem dage (bilag 3, slide 30)

Det følgende afsnit er en gennemgang af en publikumsevaluering, Muskelsvindsfonden har foretaget i kølvandet på Cyklo 2015, for at få et indblik i deltagernes oplevelser. Resultatet af undersøgelsen giver motivation til netop skabelsen af et digitalt produkt, der samler de involverede i planlægningen, da den viser, at visse delelementer af festivalen har været negligeret. Publikumsvaluering kan findes i bilag 5. En behandling af publikumsevalueringen vil være at finde i dette speciales analyseafsnit.

PUBLIKUMSEVALUERING: Cyklo 2015

I et forsøg på at være en seriøs festival, der ønsker at tage både sig selv og sine deltagere alvorligt, har Muskelsvindsfonden foretaget en publikumsevaluering af arrangementet for at få en reel indsigt i deltagernes ris og ros. Ligeledes for at undersøge hvordan de deltagende har taget imod arrangementet, og om der i den forbindelse er nogle bemærkelsesværdige kommentarer hertil. Idet vi ønsker at studere denne evaluering, indgår vi i det, som Stake (1995) kalder for nærlæsning af relevante dokumenter, som er en kvalitativ undersøgelsesmetode i brugen af casestudier som forskningsmetode. Hertil skal det nævnes, at den brugerevaluering som Muskelsvindsfonden har foretaget, indeholder lige dele kvalitative og kvantitative spørgsmål. Idet casestudier beror på kvalitative undersøgelser, kan det anses for værende et problem, at evalueringen ikke er udarbejdet efter samme princip. Dog kan de kvantitative undersøgelser ikke forkastes, da disse er af signifikans i forhold til at forstå verden ud fra et metrisk synspunkt. De to perspektiver, kvalitative og kvantitative, supplerer hinanden i konkrete undersøgelser (Haastrup, 2010). Flyvbjerg (2010) supplerer dette synspunkt, set i forhold til casestudier, ved at understøtte at begge tilgange er nødvendige for at få en balanceret forståelse for samfundsvidenskabernes udvikling:

Lad mig dog afslutningsvis gentage, at revisionen af de fem misforståelser om casestudiet som forskningsmetode ikke bør tolkes i retningen af en forkastelse af kvantitativ forskning, der fokuserer på store, tilfældige stikprøver eller hele populationer. Denne type forskning er også vigtig i samfundsvidenskabernes udvikling, fx når man skal forstå, i hvilket omfang et fænomen optræder i en given gruppe eller population, eller hvordan fænomenet varierer på tværs af cases. Fordelen ved store stikprøver er bredde, hvorimod problemet er dybde. Når det gælder casestudiet er situationen det modsatte. Begge tilgange er nødvendige for at få en balanceret og solid udvikling af samfundsvidenskaberne. (Flyvbjerg, 2010, s. 486)

Med udgangspunkt i det faktum at kvalitative og kvantitative resultater supplerer hinanden, er det derfor ikke nødvendigt at forkaste de kvantitative svar som publikumsevalueringen af Cyklo 2015 indeholder. Dette skyldes, at de kvantitative svar kan give os et mere målbart og konkret svar på, hvordan de deltagende vurderer Cyklo 2015. Hertil suppleres vurderingen af personlige kommentarer, der lægger op til fortolkning. Evalueringen er gennemført fuldt ud af 89 personer, hvortil 12 personer yderligere ikke har fulden evalueringen, men derimod kun givet nogle enkelte svar. Resultatet af evalueringen skal derfor ses i forhold til 101 besvarelser. Der er en mindre usikkerhed til stede, da det ikke angives, hvor de 12 personer, har valgt at placere deres svar, og derfor analyseres hvert enkelt spørgsmål individuelt uden at indgå i krydsrelationer mellem svarene. Publikumsevalueringen er inddraget i empiriindsamlingen fordi den viser noget om de deltagernes helhedsopfattelse af Cyklo 2015. Den endelige bearbejdning af publikumsevalueringen vil være at finde i dette speciales analyseafsnit, hvor vi indgår i en analyse af det indsamlede empiri for at finde svar på, hvordan de frivillige kan få oplevelsen af at være inkluderet, og derfor motiveret, gennem et digitalt produkt der beror på de hermeneutiske grundprincipper om del – og helhed.

I det følgende beskrives det, hvordan Business Model Canvas (2012) bliver brugt som rammeværktøj til et interview med projektlederen for at undersøge de bagvedliggende strukturer i Cyklo 2016 – både økonomiske og ressourcemæssige – og på den måde få et dybere indblik i festivalen.

INTERVIEW MED PROJEKTLEDEREN: Business Model Canvas

Vores kontaktperson hos Muskelsvindsfonden Thomas er ansat som projektleder på Cyklo og har ved siden af en karriere som centerchef for to af de Århusianske Fitness DK-centre, hvortil hans personlige interesser centrerer sig omkring cykling og spinning. Han har ligeledes en passion for planlægning af ekstremløb, hvor fysisk udfoldelse er i centrum og har blandt andet været med til at arrangere flerdags-cykelløbet Coast 2 Coast. Formålet med interviewet med projektlederen er at få et dybere indblik i de bagvedliggende strukturer i Cyklo 2016. Denne indsigt er vigtigt for vores undersøgelsesspørgsmål, fordi det er relevant at undersøge, om netop de frivillige er en essentiel ressourcekilde i planlægningen af Cyklo 2016. I forlængelse heraf benyttes værktøjet til at give et indblik i Cyklos strategiske opbygning, hvordan arrangørerne bag Cyklo skaber værdi, hvilke segmenter de ønsker at ramme, og hvordan de forventer at tjene penge.

For at skabe rammerne om et struktureret interview, der er en essentiel empiriindsamlingsmetode i casestudier (Stake, 1995), finder vi inspiration i Business Model Canvas (2010). Business Model Canvas (2012) et værktøj til at skabe et overordnet indblik i de organisatoriske strategier i en virksomhed - deres forretningsmodel: "A business model describes the rationale of how an organization creates, delivers and captures value" (Osterwalder & Pigneur, 2012, s. 14). Modellen er, som citatet fra Osterwalder og Pigneurs (2012) bog *Business Model Generation* antyder, et skridt i retningen af at kunne forstå, hvordan en virksomhed skaber værdi og derigennem tjener penge. Ofte benyttes værktøjet til skabe forståelse for virksomhedens hele, da virksomheder ofte sælger én bestemt type produkter, hvortil der er fastlagt en forretningsmodel. Vi benytter værktøjet til at identificere forretningsmodellen i forhold til Cyklo 2016 og ikke Muskelsvindsfonden som helhed. Dette skyldes, at Muskelsvindsfonden udbyder flere forskellige produkter af forskellig kaliber, herunder Grøn Koncert, Cirkus Summarum og medlemsbladet Muskelkraft (Muskelsvindsfonden, 2016 ¶ Organisation), og at en overordnet identifikation af deres forretnings-

model derfor ville blive irrelevant for vores fokuspunkt: Cyklo 2016. Modellen består af ni byggeblokke, der til sammen danner et logisk billede af, hvordan en virksomhed tjener deres penge, idet hver blok refererer til et område, der er essentielt for en virksomheds virke – herunder: kundesegment, værditilbud, kunderelationer, kanaler, nøglepartnere, nøgleaktiviteter, nøgleressourcer, omkostningsstruktur og indtægtsstrømme. De ni byggeblokke er beskrevet minutøst i bilag 6. Da Business Model Canvas (2010) bliver brugt som inspirationskilde til interviewet, er der delelementer i modellen, som vi ikke tager stilling til. Dette skyldes, at vi ikke fungerer som konsulenter, hvis endemål er at optimere Cyklos forretningsmodel. Vi ønsker derimod et overordnet indblik i de bagvedliggende strukturer i Cyklo 2016, hertil et indblik i om frivillige reelt set er en nøgleressource for planlægningsarbejdet af festivalen. Værktøjet bliver ligeledes brugt som inspiration til interviewguide, da Tanggaard og Brinkmann (2010) understøtter vigtigheden af en god interviewguide, således at man som interviewer ikke misser et spørgsmål eller kommer til at spørge om det forkerte. Under et interview kan det ligeledes være en god idé at filme og tage noter. En interviewguide kan være mere eller mindre styrende for interviewet (Stake, 1995; Tanggaard & Brinkmann, 2010). I forlængelse heraf er der forskellige spørgeteknikker, hvor eksempelvis indledende spørgsmål, opfølgende spørgsmål, specificerende spørgsmål eller direkte spørgsmål benyttes (Tanggaard & Brinkmann, 2010). Under interviewet med projektlederen fungerede de ni blokke i Business Model Canvas (2012) som interviewguide, og på den måde blev vores spørgsmål specificerede i form af: "Hvad er Cyklos kundesegment?", "Hvad er Cyklos nøgleressourcer?". Under interviewet blev der taget noter (bilag 7 + 7a) samtidig med at det blev optaget som lydfil. Denne fil er desværre af ganske ringe kvalitet, men kan findes i bilag 8.

SUPPLERENDE INTERVIEW MED PROJEKTLEDEREN

I forlængelse af det første møde med projektlederen fandt vi, at et dybdegående interview med ham ville være relevant. Dette for at spørge mere specifikt ind til foreningens brug af frivillige, herunder især i forbindelse med planlægningen af Cyklo 2016. Dette interview er udarbejdet efter Tanggaard og Brinkmanns (2010) principper om en styrende interviewguide med specificerede spørgsmål. Under dette møde fungerer projektlederen, ligesom ved det tidligere interview, som reaktiv informant der har det primære formål at besvare vores spørgsmål. Interviewet fandt sted d. 06.04.16 i forlængelse af et fokusgruppeinterview, der præsenteres i det følgende afsnit. Resultatet af vores interview med projektlederen anvendes i analyseafsnittet længere inde i specialet. Selve optagelsen er at finde i bilag 9, transskriptionen heraf i bilag 10 og slutteligt de stillede spørgsmål i bilag 11.

FOKUSGRUPPEINTERVIEW MED CYKLOS FRIVILLIGE

I forlængelse af at vores speciale har fokus på frivilliges motivation til deltagelse i planlægningen af Cyklo 2016, er det derfor relevant at få sat ord herpå af de frivillige selv. I den forbindelse har vi, som en del af vores casestudie, foretaget et fokusgruppeinterview. Som tidligere beskrevet nævner Stake (1995), at interview er en vigtig metode til empiriindsamling. I sin tekst *Fokusgrupper* argumenterer Halkier (2010) for fordelene ved at gøre brug af fokusgruppeinterviews, da metoden producerer data ud fra den sociale interaktion mellem deltagerne. Det betyder, at den indsamlede empiri i højere grad bliver mere varieret, da deltagerne har mulighed for at inspirere hinanden og kommentere på hinandens udsagn. Empiriindsamlingen bliver derfor præget af deltagerenes sammenligninger af erfaring og forståelse omkring det emne, der er i fokus, og på den måde bidrager fokusgruppeinterviews til mere nuanceret empiri (Halkier, 2010). På baggrund af den argumentation, var det derfor oplagt at give de frivillige muligheden for at besvare vores spørgsmål i fællesskab, og på den måde lade dem diskutere og reflektere over deres oplevelser sammen. Grundet vores design-position som research-led with expert mindset (jf. afsnittet *Designtilgang: Design-map*), agerer de frivillige reaktive informanter, hvis primære formål er at besvare vores spørgsmål. Dette skinner igennem under interviewet i den forstand, at interviewet er struktureret efter en stram model, som Halkier (2010) beskriver det, hvor der spørges ud fra en række fastlagte spørgsmål. Ligeledes egner denne struktur sig ideelt til vores brug af fokusgruppeinterviews, da den i højere grad fokuserer på indholdet af diskussionerne, end hvordan interaktionen mellem de deltagende tager sig ud. Ligeledes egner denne struktur sig især godt, fordi vi som undersøgere i forvejen har en omfattende viden om emnet, og derfor blot ønsker at stille spørgsmål i en specifik social kontekst (Halkier, 2010). Omvendt kan et fokusgruppeinterview struktureres efter en løs model, hvor der er meget få og åbne spørgsmål, hvor formålet er et forstudie til eksempelvis surveys, individuelle interviews eller deltagende observation (Halkier, 2010). I brugen af en løs struktur erkender undersøgeren, at vedkommende ikke ved tilstrækkeligt nok om det

pågældende emne (Halkier, 2010). Disse to metoder kan kombineres til dét, som Halkier (2010) kalder for den blandende tragtmodel, hvor der lægges ud med åbne spørgsmål og afsluttes med specifikke spørgsmål.

Formålet med interviewet var at skabe forståelse for deres oplevelse af at være frivillig hos Muskelsvindsfonden, herunder Cyklo 2016. Ligeledes drejede det sig om at skabe forståelse for, hvordan de har oplevet kommunikationen mellem dem som frivillige, og kommunikationen mellem dem som frivillige og den fastansatte ledelse, der arbejder på Cyklo 2016. Forståelsen for deres oplevelse af frivilligt arbejde, herunder den interne kommunikation, er vigtig i skabelsen af et digitalt produkt, der har til formål at give en inkluderende oplevelse. I forlængelse heraf er det vigtigt, fordi deres udsagn kan bidrage til forståelsen af, hvilke designprincipper det digitale produkt skal indeholde. Interviewet fandt sted d. 06.04.16 og til stede var, foruden undertegnede, Steen Dongo, Bo Larsen og Søren Degn-Pedersen. Steen lever af at lave film, og var ligeledes med til at videodokumentere Cyklo 2015, hvor noget af materialet blandt andet vil blive brugt til markedsføring af Cyklo 2016. Bo og Søren er i sin fritid ihærdige cyklister, hvortil Bo er medlem af cykelklubben Brabrand Motion. De er alle tre frivillige i udviklingsgruppen der har fokus på motionsdelen af Cyklo – herunder udviklingen af ruter, etablering af sikkerhedsforanstaltninger samt samarbejder med Aarhusianske cykelklubber. Ligeledes er projektlederen til stede, og der bliver derfor rettet henvendelse til ham flere gange under interviewet, men han skal som sådan ikke anses som værende en del af interviewet. Dette fordi han ikke er frivillig på projektet men derimod lønnet projektleder.

Alternativt kunne vi have foretaget individuelle interviews med de tre frivillige, men dette ville ikke have fordret den samme diskuterende dynamik, der, set i retrospektiv har affødt både inspirerende og brugbare resultater. Resultaterne benyttes i vores analyse, der præsenteres længere inde i specialet. Transkription af interviewet kan findes i bilag 12. Stillede spørgsmål kan findes i

bilag 13, og optagelsen af interviewet kan findes i bilag 14.

STRUKTURERET INTERVIEW VIA EMAIL

En fejlkilde i fokusgruppeinterviewet må være, at der ved mødet ikke deltog nogle frivillige, der sidder i den udviklingsgruppe, der har noget at gøre med planlægningen af oplevelsesdelen - herunder planlægning af aktiviteter på pladsen og i løbet af cykelruterne. For at kompensere for dette, fremsendte vi et spørgeskema til en kvindelig frivillig, der sidder i udviklingsgruppen for oplevelserne: Shaghayegy Haddadi, i daglig tale kaldt Sjaja. Til dagligt arbejder Sjaja i Aalborg som projektleder på Aalborg Karneval, og har i den forbindelse erfaring med afholdelse af større events. Valget faldt på hende, fordi hun er gået fra at være "almindelig", ulønnet frivillig til at varetage en lønnet projektlederrolle, og at hendes svar derfor havde potentiale til at differentierer sig fra de andre. Sjajas rolle i udviklingen af Cyklo 2016 er, foruden ideudvikling, også at afholde workshops som en del af markedsføringen af arrangementet.

Ifølge Tanggaard og Brinkman (2010) er interviewet mangeartet, og rummer derfor også spørgeskemaundersøgelser. Disse er dog især gode, hvis formålet eksempelvis er at undersøge demografiske forhold eller udbredelse af en bestemt sygdom (Tanggaard & Brinkmann, 2010). Formålet med spørgeskemaet var at stille Sjaja de samme spørgsmål, som var tilrettelagt fokusgruppen. Resultatet heraf er både acceptabelt og brugbart. Dog ville det have været ideelt, hvis repræsentanter fra oplevelsesgruppen kunne have deltaget i mødet, og derved have indgået i den sociale udveksling af erfaringer og oplevelser med de andre frivillige. Sjajas svar kan findes i bilag 15.

Resultaterne af vores to interviews med projektlederen, fokusgruppeinterviewet og svarene fra det strukturerede interview via e-mail bliver brugt aktivt i specialets analysedel, hvor det sammenholdes med relevant teori. Det relevante teori der omhandler eventplanlægning, events som oplevelse og individets psykologiske strukturer i forhold til motivation præsenteres i forbindelse

med et selvstændigt teori afsnit længere inde i specialet.

ANALYSEMETODE

I det kommende analysearbejde hvor der dannes forståelse for delene i den indsamlede empiris helhed, og hvor den knyttes sammen med det præsenterede teori, har vi benyttet KJ-metoden. Metoden har taget navn efter dens ophavsmænd, Jiro Kawakita, og er et værktøj, der er bygget på Charles Pierces forestillinger om intuitiv, ikke-logisk tænkning. Oprindeligt er den tiltænkt som et værktøj der tillader grupper at skabe overblik over medlemmernes prioriteter, og på den måde skabe en fælles forståelse og et fælles udgangspunkt. I metodens brug tillader den gruppen, eller forskeren, at danne sig overblik over store mængder kvalitativ data ved at dele det ned i fysiske brudstykker. Processen er effektiv, og lægger i høj grad op til konstruktiv samtale i stedet for unødvendig diskussion (Scupin, 1997). Formålet med metoden er at gøre det indsamlede empiri håndgribeligt ved at inddele det i farver, understregninger, tilføje post-its – mulighederne er mange. Afslutningsvis skal empiri der minder om hinanden, har samme fokus, inddeles i grupper med en sigende overskrift. På den måde er resultatet af metoden en gruppering af den indsamlede empiri, hvor krydsrelationer mellem empirien defineres (Scupin, 1997). Hvordan vi har benyttet metoden aktivt præsenteres i sammenhæng med analyseafsnittet.

2 TEORI

Det følgende afsnit redegør for vores ståsted og fokus i forhold til eventområdet mange grene og studier. Da fokusområdet i dette speciale omhandler events, samt det planlægnings-, kommunikations- og ressourcearbejde der ligger bag et vellykket arrangement, vil der derfor ses på eventstudierne som et felt for sig selv. Hertil vil der yderligere ses på eventmanagement, hvor under projektledelse, planlægning og koordinering er centrale områder for dette speciale. Yderligere bevæger vi os med vores case, Cyklo 2016, ind på festival som et underområde til de to hovedfelter: event og eventmanagement. Det vil i løbet af afsnittet gøres klart, hvordan vi gør brug af oplevelsesdesign og hvordan det sammensættes med vores eventfokus i forhold til dette speciales formål. Der vil derfor som det første ses på begrebet event samt event studies, for at få definitionen og forståelsen bag vores arbejdsfelter fastlagt.

EVENTS: En afklaring

De fleste definitioner af events omhandler ifølge en af de fremtrædende forskere inden for eventfeltet, Getz (2012), disse aspekter: "...an occurrence at a given time; a special set of circumstances; a noteworthy occurrence" (s. 37), hvilket han omtaler i sin bog Event Studies. Dette stemmer overens med Raj, Walters og Rashids (2013) der forstår: "Events, in the form of organized acts and performances..." (s. 4). Raj et. al (2013) fortæller videre hertil, at denne forståelse af events har fundet sted langt tilbage i historien, hvor events og festivaler blev opført som ritualer, fejring, religiøse helligdage eller som markering på en vigtig begivenhed: "the changing of the seasons; the phases of the moon; the eternal cycle of the birth, death and the miraculous renewal of life each spring" (Bowdin et al, 2011, s. 4). Ifølge Schechner (2003), som har studeret performances og ritualer inden for teatervidenskaben, har det kunstneriske og kulturelle i mødet mellem mennesker allerede kunne spores

helt tilbage til de første jæger- og samlersamfund. Her mødtes grupper af jægere og samlere for at bytte goder, folk og trofæer, udveksle teknikker, samt for at opretholde bekendtskaber og fortælle historier, synge og danse: "In other words, people came to a special place, did something that can be called theater (and/or dance and music because all three genres are always performed together in such situations), and went on their way." (Schechner, 2003, s. 176). Denne samme struktur ses stadig ved events og festivaler i dag. Og ligesom det var vigtigt for jæger- og samlersamfundet at mødes og være sociale med andre grupper, er det i dag også en vigtig del for os mennesker at få skabt en identitet og opretholde sociale fællesskaber, hvilket kan gøres gennem diverse events. Events giver mulighed for at mødes med andre, der deler samme interesse, men kan også skabe grobund for nye fællesskaber, hvor forskellige grupper finder sammen. Med andre ord: "Events are where people commune!" (Raj et al., 2013, s. 7). At mødes og dele oplevelser og erfaringer var en vigtig del af jæger- og samlersamfundets erfaringsudvikling, ligesom det er vigtigt for mennesket i dag at komme ud og danne ny erfaring gennem oplevelser. De nye erfaringer er ifølge Jantzen et al., (2012) med til at skabe vores identitet og udvide og definere vores selvsyn som individ: "Oplevelser er derved kommet til at fungere som mål og/eller middel i individets selvudfoldelse" (Jantzen et al., 2012, s.24). Denne selvudfoldelse sker som resultat af nogle mekanismer, der sker i os mennesker, når vi oplever (Jantzen et al., 2012), hvilket vil blive beskrevet yderligere i afsnittet *Oplevelsens psykologiske struktur*.

Event studies er ifølge Getz (2012) studiet af effekten af eventen i sig selv. Det er et studie, der kigger på: "...the bigger picture, all the issues surrounding planned events, in addition to their management, design and production" (Getz, 2012, s. 4). Eventstudiet er stadig et nyt felt, som Baum et al. (2013) i en kritisk artikel beskriver som værende stadig overskygget af de nærliggende studier tourism, leisure og hospitality. I artiklen opfordrer Baum et al. (2013) forskerne inden for eventstudierne til at oppe sig, så feltet kan komme til at

fremstå på lige fod med de andre studier. Getz (2012) omtaler flere forskere inden for feltet, og virker modsat Baum et al. (2013) ikke i tvivl om eventstudiernes relevans og udtrykker tydeligt, at feltet står fint 'alene' uden at skulle kobles til management eller forstås i sammenhæng med eksempelvis turismens økonomiske perspektiv: "The diversity of perspectives being taken on planned events is amazing, and the literature continues to grow and expand accordingly" (Getz, 2012, s. 4). At feltet stadig er ungt og under udvikling, gør det ikke mindre relevant for den tid, vi lever i i dag.

Vores samfund har gennem de sidste årtier udviklet sig fra at se på events som underholdning, samvær og erfaringsdeling, til en tid hvor oplevelser bliver set og accepteret som et nyt vigtigt økonomisk produkt, der tænkes strategisk ind i forretningsplaner (Boswijk et al., 2008). Getz (2012) opfatter derfor eventstudierne som særdeles brugbare og vigtige for alle, der ønsker en god og succesfuld branding og omtale. Men andre ord: "... events are fundamental to the experience economy" (Getz, 2012, s. 8). Oplevelsesøkonomien opstod samtidig med den stigende fokus og efterspørgsel på events og oplevelser. Tilbage i 1999 reagerede Joseph Pine og James Gilmore (1999) på den nye tendens og definerede den i deres bog *The Experience Economy*. I bogen illustreres hvorledes de økonomiske produkter i vores samfund har udviklet sig fra salg og efterspørgsel af råvarer, videre til håndgribelige varer lavet ud af råvarerne, videre til serviceydelser tilpasset forbrugerne og nu til oplevelser der formår at engagere det enkelte individ på et personligt plan. Da udbydelsen af serviceprodukter ikke længere blev fundet tilstrækkeligt hos den moderne forbruger, måtte samfundets virksomheder følge med den nye efterspørgsel, og de økonomiske produkter udviklede sig derefter (Pine & Gilmore, 1999). Sidenhen har oplevelsesøkonomien bredt sig videre ud til andre definitioner, hvor der blandt andet sættes fokus på co-creation inden for oplevelsesproduktet (Boswijk et al., 2012). På trods af at events har en klar betydning for den pågældende virksomheds eller det involverede samfunds økonomi, og er medtænkt af arrangørerne og interessenterne, vil vi dog ikke

komme dybere ind på de forskellige perspektiver inden for oplevelsesøkonomien. Vores fokus er som nævnt på eventen i sig selv, og ikke det økonomiske aspekt bag.

Kernen i eventstudierne er ifølge Getz (2012) tredelt og omfatter: det planlagte event, eventoplevelsen og formålet der er knyttet til det planlagte event og eventoplevelsen. Disse tre elementer hænger uadskilleligt sammen og udgør studiets fokus. Med det planlagte event mener Getz (2012) en begivenhed, der er designet således, at oplevelsen ikke kan findes andre steder: "The essence of the planned event is that of an experience that has been designed (or at least the experience is facilitated) and would not otherwise occur" (s. 8). Der er derved tale om et særligt design, der skaber en helt unik oplevelse, der bryder med det, der opleves til hverdag. Den anden del, eventoplevelsen, handler for Getz (2012) ikke kun om deltagerens oplevelse ved eventens afvikling, men rummer også oplevelsen for alle andre involverede interessenter så som eventuelle sponsorer, den berørte kommune, musikere, frivillige med flere.

I forhold til den tredje del, den tilknyttede mening, skal der ligeledes ikke blot ses på den på forhånd planlagte enkelte mening, men meninger og betydninger fra flere forskellige perspektiver. Både eventoplevelsen og den tilknyttede mening er baseret på "personal and social constructs" (Getz, 2012, s. 10), og det er derfor vigtigt at forstå, at hver interessent har sin personlige oplevelse og forståelse af eventens mening og betydning: "Every event experience is personal and unique, arising from the interactions of setting, programme and people" (Getz, 2012, s. 40).

EVENTENS TYPOLOGIER

Oplevelsen af eventen og formålet vurderes ud fra de forventninger interessenterne har til eventen allerede inden afvikling på eventdagen (Getz, 2012). Forventningerne hos interessenterne opstår blandt andet ud fra hvilken type, eventen defineres og præsenteres som. Der findes flere forskellige typer af events, som hver i sær indeholder særlige komponenter. Her kan blandt andre nævnes kulturelle events, læringsbetonede konferencer, sportsevents, udstillinger og statslige begivenheder (Getz, 2012). Det er en fordel af gøre sig klart, hvilken type af event der ønskes at skabes, da typen ikke blot er en skabelon, men som nævnt har betydning for både deltagerne og interessenterne oplevelse samt eventens formål. Det mål en event designes ud fra kategoriseres og placeres inden for den type, hvori eventen passer ind. Når eventen er blevet kategoriseret, vil folk allerede have en forventning til, hvad netop denne type event indeholder (Getz, 2012).

For at forstå de mange typer af events der finder sted i dag, skal blikket rettes mod eventens mål og formål. Ifølge Raj et al. (2013) kan events ses som: "happenings with objectives" (Raj et al., 2013, s. 5). Ligesom hos Getz (2012) er det også vigtigt for Raj et al. (2013) først og fremmest at afklare, hvilket formål der ønskes med eventen. Efterfølgende kan eventen begynde at blive bygget op af særligt udvalgte tiltag og aktiviteter. Der er flere måder at typeopdele events. En måde at gøre det på er at se på størrelsen i forhold til formen og indholdet (Allen, O'toole, Harris, McDonnell, 2005). I følge Raj et al. (2013) handler det om, hvor komplekst eventen er bygget op i forhold til antallet af interessenter samt omfanget af forskellige elementer. Sammensætningen af formålet samt designet af udvalgte elementer er afgørende for bestemmelsen af typen: "Every event has some form that leads us to call it a celebration, protest, riot, party or whatever" (Getz, 2012, s. 41). Formen af eventen sker ud fra den specifikke planlagte kombination af diverse elementer, hvad Getz (2012) betegner som: "programmic elements of style" (s. 41). Med dette begreb menes der, at en hver event har hvert sit stilistiske udtryk, der gør det

unik og adskiller sig fra andre events. Forskellige elementer kan kombineres på forskellige måder, og det er på denne måde, det unikke udtryk kan komme frem. Her tales der både om forskellige implementerede aktiviteter samt hvilken symbolsk, informativ, sanselig, emotionel, lærerig, æstetisk, humoristisk eller økonomisk indtjenende effekt de udvalgte elementer bevirker. Det skal her igen tilføjes, at stil er subjektivt fundamenteret, og der derfor kan opstå varierende oplevelser for interessenterne (Getz, 2012). Ifølge Getz (2012) indeholder hver event et specifikt element, et kendetegn, der gør typen af eventen genkendelig for interessenterne: "Some programmic elements of style are 'hallmarks' of particular types of events. That is, the event form requires it by definition, or as a social construct this element is closely associated with it" (s. 238). Han forklarer det med, at events er socialt konstrueret, og at folk derfor har en forventning til, hvad det enkelte event indeholder. Getz (2012) giver selv følgende eksempel: "[...] the hallmark of a sport event is athletic competition, of a conference it is various interactive learning mechanisms, of a festival it is celebration manifested in theme, symbolism and emotional stimulation" (s. 41). Det er dermed sammensætningen af de udvalgte elementer ved en event, der adskiller eventtyperne fra hinanden.

CYKELFESTIVAL: En multifunktionel type

Til trods for at der er specifikke elementer, der markerer bestemte typer af events, er der dog flere der benytter sig af multifunktioner i deres eventdesign for at udvide oplevelsesmulighederne: "standing alone, one element of style looks bare and will generate a rather narrow range of experience" (Getz, 2012, s. 239). Flere events designes derfor således, at nogle eventtyper krydses, og derved medfører en facilitering af flere forskellige oplevelser og formål (Getz, 2012). Eksempelvis præsenterer vores case, Cyklo, sig selv som en cykelfestival, og der skabes derved forventninger ud fra både forståelsen af både festival og cykling. Disse to begreber befinder sig henholdsvis indenfor to forskellige typer, der i denne event vil overlappe hinanden: kulturelle events og sportsevents. Det er derfor relevant at se nærmere på, hvad disse typer

indeholder.

Skal festivaler defineres helt kort og overordnet, kan det lyde således: "*Festivals are themed, public celebration*" (Getz, 2012, s. 51). Getz (2012) mener selv, at denne definition ikke er fyldestgørende nok og ikke formår at vise alle de mange aspekter en festival indeholder. Raj et al. (2013) går lidt dybere med deres definition: "A festival can be defined as a gathering of community or an event which is centred on some theme and held annually or less frequently for a limited period of time" (s. 4). Allen et al. (2005) forklarer yderligere, at festival er vigtige for menneskers sociale og kulturelle liv: "Festivals are an important expression of human activity that contribute much to our social and cultural life" (s. 14).

På samme måde som events rummer flere undertyper, rummer festivaltypen yderligere flere forskellige typer, hvor blandt andet vinfestivaler, kunsthospitaler, musikfestivaler kan nævnes (Allen et al., 2005). Festivaler er blevet særligt udbredt og udgør en lang række af forskellige events. Denne form for public celebration er medvirkende til at skabe identitet både for interessenterne samt for den by eller samfund der afholder festivalen (Bowdin, 2011). Fordi festivaler indeholder sociale og kulturelle elementer, bliver festivaler i dag typisk sat sammen med andre typer af events, for at tilføje eventen det ekstra lag, som festivaler kan bidrage med. Eksempelvis er det blevet særlig populært at sammensætte en festival med sportsevents: "many are 'festival of sport', reflecting the package of events taking place alongside the main event and also the increasing crossover between sport, leisure, festivals and public events" (Bowdin et al., 2011, s. 13). Sportsevents i sig selv er konkurrenceprægede, men handler derud også omkring kammeratskab mellem sportsudøverne: "Their purpose is contest, challenge and competition but they also involve companionship, camaraderie and colleagues" (Raj et al., 2013, s. 14). Yderligere er sportsevents særligt gode til at samle en stor mængde tilskuere og eventuelle fans, hvis der er professionelle sportsudøvere indblandet, hvilket

bidrager til turismen. Sportsevents udgør derfor et vigtigt og socialt samlingssted for sammenhold og interessedelning mellem folk (Allen et al., 2005). Det sociale aspekt og de mange samlede tilskuere og deltagere passer godt sammen med festivalens aspekt omkring fejring af fælleskabet. Yderligere kan festivaltypen bidrage med diverse underholdende aktiviteter således, tilskuere kan beskæftiges og underholdes i et længere tidsrum (Bowdin et al., 2011). Ved at sammensætte to forskellige eventtyper, gøres eventens omfang mere nuanceret og kompleks. Mange elementer udtænkes, og designet skal implementeres, samtidig med at mange forskellige samarbejdspartnere skal koordineres. Dette arbejde kræver en eventmanager, overblik og koordinering.

EVENTMANAGEMENT OG PLANLÆGNING

Som forklaret i afsnittet omkring eventstudiet, er det særligt vigtigt helt fra start at have et formål at designe ud fra. For at dette formål skal blive opfyldt, kræver det, at eventen bliver ledet og styret af en eventmanager: "Event management is the capability and control of the process of purpose, people and place" (Raj et al., 2013, s. 5) Idet event sættes sammen med management, påføres der aspekter indenfor organisation, administration og kontrol (Raj, 2013). Nu handler det ikke blot om indholdet i eventen, men også om alle de mennesker der står bag arbejdet med at planlægge og opsætte de rette rammer til at facilitere det ønskede formål og eventoplevelse: "*Event planning involves the design and implementation of themes, settings, consumables, services and programmes that suggest, facilitate or constrain experiences for participants, guests, spectators and other stakeholder*" (Getz, 2012, s. 40). Det er en eventmanagers arbejde at tage de afgørende beslutninger vedrørende designet. Hertil skal der tages beslutninger både omkring sammensætningen af de rette aktiviteter og elementer, samt i forhold til at udvælge, organisere og koordinere de rette samarbejdspartnere. Det er den udvalgte komplekse sammensætningen af elementer og mennesker der er afgørende for at forme en helt unik event. En eventmanagers arbejdsområder indebærer derfor et bredt

omfang af færdigheder inden for projektlederskab, eventdesign, ideudvikling, konceptudvikling, eventafvikling, strategisk planlægning, definering og uddelegering af arbejdsopgaver, evaluering samt vise kendskab og viden indenfor den pågældende eventen såvel som andre lignende event. Yderligere skal der vises overblik over både eventens omfang og det komplekse sammenspil at forskellige samarbejdspartnere og ansatte (Bowdin et al., 2011).

EVENTMANAGEMENT: Processen struktureres

Bowdin et al. (2015) forklarer, at eventudviklingen typisk startes ud fra en mindre gruppe af folk, der finder et formål og udformer en plan for eventens omfang, udvikling og afvikling. Under det praktiske arbejde vil gruppen af arbejdende folk hurtigt øges i takt med, at udefrakommende samarbejdspartnere ansættes til at udføre de udtænkte arbejdsopgaver. Derved kan en lille gruppe eventmanagere hurtigt blive til en større kompleks sammensætning af eksperter indenfor forskellige arbejdsområder. Her kan der eksempelvis ansættes firmaer til at stå for catering, lys og lyd eller sikkerhed. Det er dog stadig kernen, den lille managementgruppe eller den enkelte eventmanager, der står for det fulde overblik og ansvar.

Eventarbejdet kan ifølge Bowdin et al. (2015) deles op i fem faser: Den indledende fase, planlægningsfasen, implementeringsfasen, eventafviklingsfasen og nedlukningsfasen. Ved at opdele arbejdet i faser overskueliggøres de mange komplekse aspekter i en event: hvornår sker hvad og hvorfor (Bowdin et al., 2015). Faser kan yderligere opsættes som en cyklus, hvilket Goldblatt (1997) i sin bog *Special Event: Best Practices in Modern Event Management* illustrerer således:



Figur 4: Faser opsat som cyklus, gengivet med inspiration fra Goldblatt (1997, s. 32) viser, at opdelingen af arbejdet i faser overskueliggør processen.

Bowdin et al. (2015) og Goldblatts (1997) faser er ikke helt ens delt op, men essensen af de forskellige processer udgør det samme indhold og formål. Ifølge Goldblatt (1997) er faserne vigtige at benytte sig af i projektarbejdet, da de i den opsatte procescyklus kan fremme effektiviteten og kvaliteten i arbejdet. Goldblatt (1997) ser derved denne model som et vigtigt projektværktøj "... in order to enable you to produce successful events every time" (Goldblatt, 1997, s. 31). Goldblatts (1997) første fase handler om research. Denne fase er vigtigt i forhold til at kunne forebygge og nedsætte risici vedrørende planlægningen og afviklingen af eventen: "The better research you conduct prior to the event the more likely you are to produce an event that matches the planned outcomes of the organizers or stakeholders" (Goldblatt, 1997, s. 31). Research er derfor et afgørende grundlag for, at det ønskede formål med eventen opnås på bedste vis, hvilket nævnt tidligere er en central del af

eventstudiernes kerne (jf. Getz, 2012). Researchmateriale øger opmærksomheden på behov, ønsker og forventninger der skal opfyldes for at sikre, at folk har lyst til at deltage i eventen, samt yderligere at opnå en god eventoplevelse (Goldblatt, 1997).

I Goldblatts (1997) anden fase, fokuserer han på designet, hvilket stemmer overens med Bowdin et al.s (2015) første fase (den indledende fase). Ifølge Bowdin et al. (2015) er denne fase karakteriseret ved, at det er her ideer opstår og udvikles til koncepter som efterfølgende kan pitches til interessenter. I Goldblatts (1997) designfase, handler det ligeledes om at formgive designkonceptet på bedste vis. For at opnå det bedste design kræves der en kreativ inspiration, hvilket kan opnås gennem forskellige former for aktiviteter og i samspil med andre kreative personer. Kreativitet er ifølge Goldblatt (1997) essentielt for et godt design, da eventen i sig selv vil fremstå som en kreativ aktivitet. Hertil er blandt andet gruppebrainstorm særligt givende, da denne proces vil sikre et flertal af forskellige kreative ideer og indsigter. Det er derfor en fordel for eventmanageren at inddrage andre kreative interessenter til at deltage i designprocessen. Når ideerne har samlet sig til et endeligt designkoncept, kan eventmanageren gå ud og forhøre sig om eventuel interesse for ideen. Accepteres designkonceptet, er dette en indikator for, at eventen kan blive succesfuld (Goldblatt, 1997).

Efter udviklingen af designkonceptet går Goldblatt (1997) videre til sin tredje fase, hvor designet skal planlægges, hvilket passer sammen med Bowdin et al.s (2015) anden fase, planlægningsfasen. Arbejdsbyrden i denne fase er afhængig af hvor godt research- og designarbejde der ligger bag. Jo bedre forarbejde, jo lettere bliver planlægningen og sammensætningen af eventen (Goldblatt, 1997). Ifølge Bowdin et al. (2015) kan planlægningen defineres således: "Planning is characterised by working out what is needed and how it will fit together" (Bowdin et al., 2015, s. 262). Mens Goldblatt (1997) inddrager denne fase er mest optaget af tid, sted og eventens temporalitet, går

Bowdin et al. (2015) mere i dybden med alle de arbejdsområder og detaljer der skal sættes sammen. Ud over tid og placering nævner han eksempelvis marketing, finans, strategiplanlægning, tidsplan, risikovurdering, sikkerhed, personalestruktur, kommunikation samt håndtering af samarbejdspartnere, sponsorer og ansatte.

Bowdin et al.s (2015) planlægningsfase hænger sammen med den efterfølgende implementeringsfase. I denne fase implementeres alle de planlagte og sammensatte elementer i en kompleks struktur, der formgiver omfanget af eventen. Dette kræver en velfungerende kommunikation mellem eventmanageren og de udvalgte interessenter, samt flere test og kontroltjek af planlægningen i praksis. Yderligere handler denne fase om at få implementeret det rette personale på de forskellige arbejdsområder. Bowdin et al. (2015) forklarer denne fase, som den sidste inden afviklingen af det endelige event, hvilket Bowdin et al. (2015) beskriver som eventafviklingsfasen. Denne fase kan sammenlignes med Goldblatts (1997) koordineringsfase: "As the light turns green the tempo accelerates and you are now faced with coordinating the minute-by-minute activities of the event itself" (s. 56). Goldblatt (1997) og Bowdin et al. (2015) er enige om, at det i denne fase er eventmanagerens arbejde at sørge for, at alle de aftalte detaljer forløber som planlagt. Denne fase kræver en stor indsats fra eventmanageren, da der her skal holdes overblik over hele eventen og tages beslutninger på stedet vurderet ud fra professionalitet og erfaring (Bowdin et al., 2015; Goldblatt, 1997). Goldblatt (1997) gør yderligere opmærksom på, at eventmanageren har et ansvar i at forholde sig positivt, se problemerne som udfordringer, og tage et kritisk analytisk blik på alle udfordringerne.

Alt der observeres under afviklingen tages med til den efterfølgende evalueringsfase. Goldblatt (1997) omtaler denne fase som: "The Link to the Next Event" (s. 58). Dette skal forstås ved, at evalueringsfasen hænger unægteligt sammen med researchfasen, hvilket udtrykkes og illustreres med den cyklus-

formedede fremgangsmåde, processen tager (se figur 4) (Goldblatt, 1997). Bowdin et al. (2015) kalder deres afsluttende fase for nedlukningsfasen. Ligesom hos Goldblatt (1997) ses også denne fase som værende givende for næste indledende fase til en kommende event, hvis nedlukningen tages alvorligt (Bowdin et al., 2015). Vigtigheden i nedluknings- og evalueringsfasen ligger i, at en omhyggelig evaluering frembringer ny viden og erfaring til designet, planlægningen og afviklingen af de efterfølgende events. For at opnå det bedste resultat er det vigtigt at få alle der har medvirket til planlægningen og afviklingen til at udtrykke deres mening i en evaluering, hvilket kan bruges som research til den første fase (Bowdin et al., 2015; Goldblatt, 1997). Faserne i dette projektstyringsværktøj³ er derved sammenhængende og fungerer som en hermeneutisk proces, hvor der veksles mellem del og helhedsforståelse for eventen (jf. afsnittet *Hermeneutik: En afklaring*).

DEN KOMPLEKSE STRUKTUR

Da der som nævnt i events typisk benyttes op til flere forskellige samarbejdspartnere som led i eventudformningen og afviklingen, er det derfor vigtigt, at alle har den samme opfattelse, forventning og målsætning at kunne arbejde ud fra. I og med at eventarbejdet indeholder en kompleks sammensætning af netværk samt arbejdsopgaver, er det vigtigt for eventmanageren at få forventningsafstemt, ikke blot med sig selv, men med de involverede arbejdende interessenter, om hvilket formål eventen skal styres hen imod. Det er vigtigt at få afstemt dette som det første i processen, da det har stor indvirkning på eventarbejdets forløb og slutproduktet. Yderligere skal det afklares, på hvilken måde de valgte aktiviteter og andre elementer har relevans for eventen. Bliver dette ikke meldt klart ud til alle, kan det resultere i misforståelser, der kan ødelægge eventens helhed: "If the goals are not made explicit, problems are likely to occur" (Getz, 2012, s. 43). Det skal dog tilføjes, at alle mennesker opfatter forskelligt, og at der derfor stadig kan opstå misforståelser. Ved brug

af god information og kontakt med samarbejdspartnere og ansatte, er der dog større sandsynlighed for, at alle vil styre mod samme mål (Getz, 2012).

Ifølge Ellert, Schafmeister, Wawrzinek, og Gassner (2015), kan det være særligt værdiskabende for en event at gøre brug af flere forskellige samarbejdspartnere i eventarbejdet. Det udgør et bredt professionelt netværk og er derved med til at øge værdien for eventens indhold: "value is generated through a complex network of different performers in this market. All actors create value with their services by using their resources and abilities in a co-creation system as a value network" (Ellert et al., 2015, s. 60). For at overskueliggøre den komplekse sammensætning af kompetencer blandt de mange samarbejdspartnere og ansatte ved en event, er det fordelagtigt for eventmanageren at udforme en struktur over hele organisationen. På samme måde som de førnævnte faser i eventmanagement danner overblik over eventens omfang, er et overblik over organisationen relevant i forhold til at kende både egen og andres arbejds-, ansvars- og kompetenceområder. Det komplekse samspil af mennesker og ekspertområder kan overskueliggøres for alle ved, at der laves en organisationsstruktur (Bowdin et al., 2015). Med denne struktur vil det være hurtigere og lettere at gøre brug af de rette personer til de enkelte opgaver. Ellert et al. (2015) siger yderligere omkring brugen af mange forskellige interessenter, at der skal rettes opmærksomhed på, at jo flere forskellige folk der inddrages, jo mere komplekst bliver eventens omfang. Dette er medvirkende til en øget risiko for misforståelser og uforudsete problemer: "value for events is generated within a value network where numerous actors are confronted with complexity as well as the chance of meeting unexpected problems" (Ellert et al., 2015, s. 69). En eventmanager har derved også til opgave at være klar på at tage godt hånd om disse udfordringer på bedste og mest effektive måde. Som løsning til dette anbefaler Ellert et al. (2015) at inddrage samarbejdspartnere og ansatte i problemløsningen ved at gøre brug af de individuelle kompetencer og viden: "the main influence in solving problems in complex systems can be found in the systematic strategy, which

3 Vi tillader os at kalde Goldblatts (1997) procescyklus for et projektstyringsværktøj, da processen udgør et overblik over de styrende faser, som eventmanageren skal forholde sig til.

is highly influenced by implicit and explicit knowledge” (Ellert et al., 2015, s. 59). Mennesker ser ud fra forskellige perspektiver, hvilket automatisk vil medføre forskellige løsningsforslag til problematikken. Dette kræver, at eventmanageren formår at udvise tillid til sit sammensatte team og deres dømmekraft. Hvis der ikke kan skabes denne tillid vil vigtige informationer ifølge Ellert et al. (2015) blive holdt tilbage og der vil gå en masse værdiskabende viden tabt i teamets arbejde. Bliver samarbejdspartnere og ansatte informeret omkring eventens indhold og omfang samt introduceret til det fulde netværk i teamet, kan uforudsete problematikker hurtigt og effektivt spores og informeres videre til den person med ekspertise inden for det pågældende område. Vidensdeling er dermed med til både at lette arbejdsbyrden for eventmanageren samtidig med, at det effektivt får løst problematikker og derved giver eventen en merværdi (Ellert et al., 2015).

Ovenstående afsnit iscenesætter den komplekse struktur i en event – herunder både i forhold til forståelsen af en event, planlægningen af en sådan og hvorledes denne planlægning kan sættes i system ved at gøre brug af projektlederværktøjer. Det følgende er en redegørelse for hvordan en event kan sidestilles med en oplevelse.

EVENT SOM OPLEVELSE

Som tidligere nævnt består kernen i eventstudierne af det planlagte event, samt oplevelsen og formålet der er knyttet hertil. For at kunne planlægge en event der lever op til denne kerne, er det vigtigt at forstå, hvad en oplevelse er, og hvad den gør i mennesker (Getz, 2012). Oplevelsen er dermed en essentiel del af eventen og planlægningen heraf. Det er netop dette, vi som oplevelsesdesignere finder interessant at have som fokus, og derfor vælger at se events i dette speciale som en oplevelse. Der vil i dette afsnit derfor være en redegørelse for feltet oplevelsesdesign, samt en gennemgang af hvorledes rammerne for en god oplevelse kan planlægges og bygges op. Yderligere vil der ses på den digitale oplevelse, da vi i dette speciale søger at designe et digitalt værktøj, der er oplevelsesskabende for de frivillige. En redegørelse for oplevelser, både fysiske og digitale, er vigtige for os at have kendskab til, for at få en forståelse af, hvilke elementer og grundprincipper der relevante at inddrage i vores digitale oplevelsesprodukt.

Når der tales om oplevelser, skal der ifølge Dewey (1980) skelnes mellem *at opleve* og *en oplevelse*, da der er forskel på oplevelsernes indhold. Selvom et individ har oplevet noget i sin hverdag, er det ikke ensbetydende med, at individet har fået en oplevelse. Dewey (1980) forklarer, at mennesker i deres hverdag konstant oplever gennem interaktionen med deres omgivelser, men at disse hverdagsoplevelser ikke er indholdsmæssigt komplette: "Things are experienced but not in such a way that they are composed into an experience" (Dewey, 1980, s. 36). En oplevelse derimod er: "those situations and episodes that we spontaneously refer to as being "real experiences"; those things of which we say in recalling them, "that was an experience""(Dewey, 1980, s. 37). En rigtig oplevelse er dermed noget ud over det sædvanlige, noget der adskiller sig fra hverdagen, og som dermed bliver mindeværdigt. Ifølge Dewey (1980) er den afgørende faktor for, at en oplevelse kan opstå sammenspillet mellem individet og omgivelserne. Individets forforståelser, behov og værdier dannet ud fra tidligere erfaringer udgør grundlaget for, hvor-

dan nye input tages imod og opleves af individet. Denne proces stemmer overens med den hermeneutiske tankegang i og med, at det derved er individets tidligere erfaringer, der er afgørende for dannelsen af nye erfaringer (Gadamer, 2004; Jørgensen, 2013; Nicolaisen, 2007). En oplevelse opstår ved, at individet bliver tiltrukket af omgivelsernes sanseindtryk på en måde, der emotionelt går ind og berører. Den emotionelle berøring sker ved, at sansningerne sættes i relation til tidligere erfaringer, som går ind og ændrer individets erfaringsgrundlag og frembringer en ny mening for individet. Det er oplevelsens mening for individet, der ifølge Dewey (1980) er centralt for en oplevelse. Hvis oplevelsen ikke er meningssskabende for individet, vil individet ikke opleve det som en oplevelse. Netop denne meningsdannelse er også, hvad Getz (2012) nævner som et led i eventstudiets kerne (jf. afsnittet Events: En afklaring), hvilket viser, hvor tæt forbundet events og oplevelsesdesign er. Getz (2012) benytter sig af den viden omkring meningsdannelse, da det er en hjælp til at planlægge en event, som gerne skulle udgøre en god oplevelse for deltagerne. Som forklaret af både Dewey (1980), Boswijk et al. (2012) og Jantzen et al. (2012) er en oplevelse subjektivt bestemt, hvilket betyder, at det er derfor ikke muligt at skabe en oplevelse. Det handler i stedet om at skabe de rette rammer, der indeholder elementer med de rette tiltrækkende sansninger (Jantzen et al., 2012). Det er netop disse rammer, vi som oplevelsesdesignere søger at tilrettelægge, hvilket også gør, at det er relevant at undersøge hvilke elementer, der skal tænkes ind i oplevelsesdesignet.

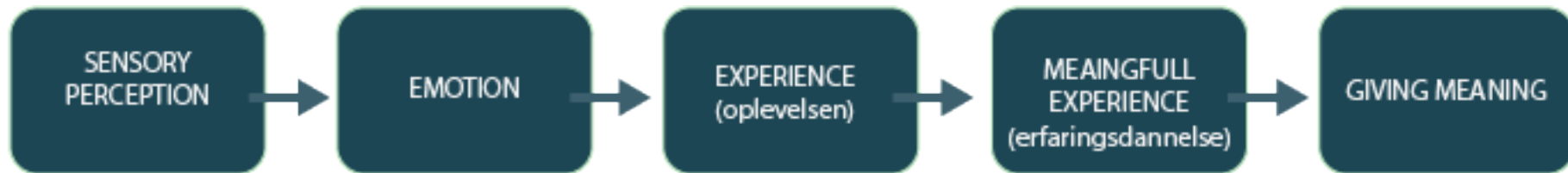
OPLEVELSENS TILTRÆKNINGSKRAFT

For at et individ kan blive tiltrukket kræver det, at oplevelsen indeholder æstetiske kvaliteter som individet, ud fra tidligere erfaringer og baggrund, opfatter tiltrækkende (Dewey, 1980). Ifølge Jantzen et al. (2012) udgør æstetikken: "omdrejningspunktet for oplevelserne" (s. 25). Det er de æstetiske kvaliteter der kan virke involverende og følelsesmæssigt tiltrækkende, og er derfor grundlæggende for, at en oplevelse kan opstå (Jantzen, et al., 2012). Dewey (1980) gør det klart, at de æstetiske kvaliteter ikke skal findes i de en-

kelte materialer i sig selv, men derimod findes i den mening helheden udgør: "The word "esthetic" refers [...] to experience as appreciative, perceiving, and enjoying" (s. 49). Jantzen et al. (2012) er enig med Dewey (1980) og forklarer æstetikens betydning i en oplevelse således: "Æstetik er derfor ikke staffage eller ydre pynt, men en systematik, hvorved objektet formgives på en måde, der forandrer noget ved tingenes orden og dermed ved objektets bruger" (s. 25). Det handler derfor ikke blot om elementerne hver for sig, men også om systematikken og sammensætningen. De udvalgte elementer kan i sig selv forstås som ikke-æstetisk, mens de med den rette sammensatte struktur, opbygning og relation med andre elementer kan besidde æstetiske kvaliteter i sin helhed: "...the experience itself has a satisfying emotional quality because it possesses internal integration and fulfillment reached through ordered and organized movement. This artistic structure may be immediately felt. In so far, it is esthetic" (Dewey, 1980, s. 39-40). De æstetiske kvaliteter i oplevelsen er derved med til at adskille at oplevelse og en oplevelse fra hinanden, da de er afgørende for, om individet oplever en mening og derved får en oplevelse.

OPLEVELSENS PSYKOLOGISKE STRUKTUR

Inspireret af Dewey (1980), definerer Boswijk et al. (2012) oplevelser som: "An immediate, relatively isolated event with a complex of emotions that leave an impression and represent a certain value for the individual within the context of a specific situation" (s. 61). I denne definition ses elementer lignende dem Dewey (1980) omtaler, som afgørende for en meningsfuld oplevelse: den emotionelle tiltrækning og værdiskabelsen for individet. Den tydelige inspirationskilde ses yderligere i deres udarbejdelse af modellen *The process of creating meaning* (figur 5), hvor de opsætter en visuel proces over, hvad der sker, når der skabes mening for et individ:



Figur 5: The process of creating meaning, gengivet med inspiration fra Boswijk et al. (2012, s. 56).

På samme vis som Dewey (1980), starter Boswijk et al. (2012) også denne model med en sanselig tiltrækning, hvor individet opfanger indtryk fra omgivelserne omkring sig (sensory perception). Det er i denne første fase, at de æstetiske kvaliteter har deres afgørende virke, da det som nævnt er dem, der bliver sanset som værende tiltrækkende. De indtryk og stimuli individet opfanger gennem sanserne leder videre til individets følelser (emotion), og er dermed afgørende for måden individet bliver emotionelt berørt af omgivelserne på. Dette kan eksempelvis udfolde sig i overraskelse, glæde eller nysgerrighed. De fremkommende emotioner har en videre indflydelse på individets oplevelse (experience), som sker ved, at individet oplever omgivelserne som noget anderledes end den vante hverdag. Oplevelsen sættes i relationen til tidligere oplevelser, og bygger på denne måde individets erfaringsgrundlag op, hvilket udgør en meningsfuld oplevelse (meaningful experience), der er meningsgivende for individet (meaning) (Boswijk et al., 2012). Jantzen et al. (2012) følger op på både Deweys (1980) tankegang og Boswijk et al.s (2012) model over meningsdannelseprocessen. Som en videreudvikling af Boswijk et al.s (2012) model, går Jantzen et al. (2012) ind og tilføjer en vekselvirkning mellem faserne i processen. Jantzen et al. (2012) er kritiske overfor Boswijk et al.s (2012) model, da den kun illustrerer en ensrettet responsvirkning fra fase til fase. Denne ensrettehed er ifølge Jantzen et al. (2012) misvisende, da responsvirkningen fungerer dobbeltrettet mellem faserne. De opstiller der-

for følgende model over den proces de kalder for *oplevelsens psykologiske struktur*:



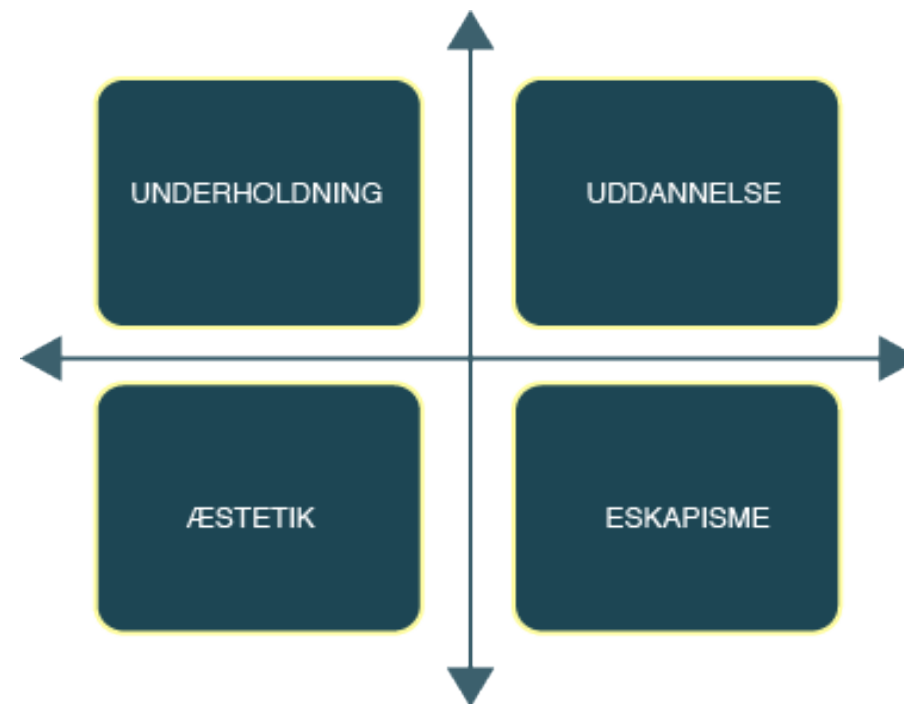
Figur 6: Model over oplevelsens psykologiske struktur, gengivet med inspiration fra Jantzen et al. (2012, s. 47)

Som nævnt er Jantzen et al. (2012) enig med Dewey (1980) i, at æstetik er afgørende for, at en oplevelse kan opstå. Det viser modellen over oplevelsens psykologiske struktur også her, hvor første fase viser sansningen. Vekselvirkningen mellem sansningen og de emotioner der opstår heraf, vil ved en oplevelse tiltrække individet 'kropsligt' og derved udgøre en forandring hos individet. Ved det kropslige menes at oplevelser "påvirker kroppens bane og afleder os fra det vi ellers havde gang i" (Jantzen et al., 2012, s. 41). Forandringen ligger derved i, at individet optages af sansningerne og lader sig rive med af oplevelsen. Når individet er blevet sanseligt og emotionelt tiltrukket, bliver de nye inputs sat i relation til individets tidligere erfaringer. Opstår de nye inputs

at udfordre eller stille sig kritisk i forhold til individets vaner og forforståelser, vil der ske et overraskende brud med forventningerne, hvori forundringen opstår. Forundringen vil medføre en refleksion mellem individets tidligere erfaringer og de nye inputs, hvor individets erfaringsgrundlag vil nuanceres og udvikles. Samtidig vil individet begynde at forstå sig selv og verden omkring sig på ny, hvilket fører til en forandring hos individet (Jantzen et al., 2012). Oplevelsen bliver derved identitetsudviklende, hvilket kan sammenlignes med den meningskabelse som Dewey (1980) og Boswijk et al. (2012) omtaler i deres teorier. Boswijk et al. (2012) nævner selv identitetsudviklingen som en del af meningskabelsen: "The process of creating meaning is what shapes our character and how we interpret our identity" (s. 65). Oplevelser er derved ikke blot underholdning, men en sansning, en følelse og en refleksion der formår at tiltrække, bevæge, udvikle og ændre individets erfaringsgrundlag og identitet. Livet igennem opstår oplevelser, der vil udgøre vendepunkter i vores liv, og som vil få os til at gentænke vores værdier og os selv som individer. Oplevelser er derfor vigtige for mennesker, da de kan være medvirkende til at gøre individet stærkere (Boswijk et al., 2012). Det er også på denne måde, at det kan siges, at rigtige oplevelser er meningsgivende – det er dem der går ind og rører ved os.

Pine og Gilmore (1999) går ikke ind og deler op i rigtige og ikke-rigtige oplevelser. De er dog enige i, at oplevelser kan beriges og komme til at indeholde mere end blot passiv underholdning for deltagerne: "Remember that staging experiences is not about entertaining customers; it's about *engaging* them" (Pine og Gilmore, 2011, s. 45). For Pine og Gilmore (2011) handler det om at få inddraget og engageret mennesker i en oplevelse, hvilket stemmer overens med Jantzen et al.s (2012) psykologiske struktur, hvor individet som nævnt tiltrækkes kropsligt og engageres af omgivelserne som et afgørende led i individets erfaringsudvikling. Ifølge Pine og Gilmore (2011) er der flere måder at inddrage mennesker i en oplevelse på. Dette illustrerer de i en matrix over *Experience realms* (figur 7), hvor de har placeret fire forskellige ople-

velsessfærer: underholdningssfæren, den uddannelsesmæssige sfære, den eskapistiske sfære og den æstetiske sfære (Pine og Gilmore, 2011, s. 45-47). Den vandrette akse viser graden af henholdsvis passiv og aktiv deltagelse i oplevelsen, mens den lodrette akse viser graden af tilegnelse og opslugthed af oplevelsen:



Figur 7: Experience Realms, gengivet med inspiration fra Pine og Gilmore (2011, s. 46)

Underholdningssfæren er i følge Pine og Gilmore (2011) placeret som en oplevelse, hvor individet passivt bliver tilegnet oplevelsen. I forhold til Dewey (1980), Boswijk et al. (2012) og Jantzen et al. (2012), der taler om meningsdannelse og erfaringsudvikling, kan der argumenteres for, at oplevelsen i underholdningssfæren ikke kan betegnes som en oplevelse (jf. Dewey, 1980). Pine og Gilmore (2011) forklarer til denne sfære, at oplevelsen kan beriges ved, at der tilføjes komponenter fra de andre oplevelsessfære. Ved at gøre dette, bliver oplevelsen, som før blot var passiv underholdning, tilføjet æste-

tiske, uddannelsesmæssige og/eller eskapistiske elementer. Den uddannelsesmæssige sfære kan bidrage til oplevelsen ved at tilegne individet ny viden gennem aktiv deltagelse. Den æstetiske sfære kan bidrage med indholdet af de æstetiske elementer, der passivt formår at få individet til at lade sig opsluge af det omgivende miljø og udgøre et behov for at være til stede i oplevelsen. Den eskapistiske sfære udgør den helt store opslugthed, hvor individet drages til aktivt at deltage og engagere sig i oplevelsen. Her omslutes individet af miljøet, og udgør en afgørende aktør for oplevelsen (Pine og Gilmore, 2011). Jævnfør Dewey (1980), Boswijk et al. (2012) og Jantzen et al. (2012) kan en blanding af Pine og Gilmores (2011) oplevelsessfærer formå at tiltrække og opsluge individet sanseligt og emotionelt, og derved få engageret individet ind i en meningsfuld og erfaringsudviklende oplevelse. Denne viden omkring oplevelsens proces og hvad der psykologisk set sker inde i et individ, når individet får en oplevelse, er vigtigt at have en forståelse for, før det er muligt at kunne facilitere rammerne for en oplevelse for det enkelte individ.

DEN GODE OPLEVELSE

Som tidligere nævnt er en oplevelse afhængig af det enkelte individ, hvilket også er grunden til, at vi i det ovenstående har redegjort for processen og den psykologiske struktur, et individ gennemgår ved en oplevelse. Før et individ kan opnå at komme ind i denne proces, kræves det, at de rette rammer for oplevelsen skabes, således der sker en sanselig tiltrækning og erfaringsudvikling. Som beskrevet ovenfor skal et individ forandres, forundres og forvandles og gennem disse faser gerne få en oplevelse, der i højere eller mindre grad berører alle fire af Pine og Gilmores (2011) oplevelsessfærer. Jantzen et al. (2012) har opstillet ti kriterier, der er relevante at tænke ind i sin oplevelsesramme for at skabe et godt oplevelsesdesign. Disse kriterier er sammensat ud fra Jantzens et al. (2012) teori om oplevelsens psykologiske struktur og indeholder derfor kriterier, der er medvirkende til at tiltrække, overraske og være erfaringsskabende for individet. De første tre kriterier omhandler den personlige, individuelle og intime kontakt mellem oplevelsesproduktet og in-

dividet, hvor individet føler sig personligt involveret i oplevelsen og føler en nærhed hertil. De efterfølgende to kriterier indebærer individets behov for opleve noget ægte, autentisk, originalt og unikt, da det er de oplevelser, der er med til at udvikle individet. Det sjette og syvende kriterium bevæger sig over i Jantzen et al.s (2012) kropslige forandring, hvor individet bliver sanseligt og emotionelt tiltrukket og motiveret til at engageres sig, agere spontant og deltage aktivt i oplevelsen. Mens de tre sidste kriterier omhandler de elementer, der gør en oplevelse interessant, overraskende, lærerig, meningsgivende og erfaringsudviklende (Jantzen et al., 2012). Disse kriterier tager udgangspunkt i det forhold og den interaktion, der skal være tilstede mellem oplevelsesproduktet og individet (Jantzen et al. 2012). Boswijk et al. (2012) har opstillet ti lignende kriterier for en god oplevelse. For Boswijk et al.s (2012) handler de ti kriterier til en god oplevelse om, at individet får en oplevelse igennem en tidsbegrænset proces, hvor individet aktivt deltager i oplevelsen med en øget fokus på omgivelserne. Oplevelsen skal både kunne aktivere individets sanser, emotioner og lysten til at lege og blive udfordret. Gennem oplevelsen skal individet have kontakt og interagere med de elementer, der er med til at skabe oplevelsen og gøre den unik. Individet bliver derved en del af sin egen oplevelsesproces (Boswijk, 2012). På trods af, at de to gange ti kriterier lyder forskellige, findes der ligheder såsom unikhed og sanselig involvering. Yderligere stræbes der i begge de to gange ti kriterier efter det samme mål for oplevelsen: virkningsfulde elementer som sammensat skaber de rette rammer, der sanseligt kan tiltrække og involvere individet i oplevelsen og udgøre en erfaringsudvikling og meningsdannelse for individet. Både Jantzen et al.s (2012) og Boswijk et al.s (2012) kriterier er relevante for os at kende til, da de giver os en viden om, hvilke elementer vi skal implementere for at opnå den ønskede oplevelse for de frivillige.

De kriterier og retningslinjer som Jantzen et al. (2012) og Boswijk et al. (2012) fremlægger tager udgangspunkt i tilrettelæggelsen af oplevelser i fysiske omgivelser. I det følgende argumenterer Hassenzahl (2010) for, at den person-

lige oplevelse er lige så central på digitale platforme som i det fysiske rum.

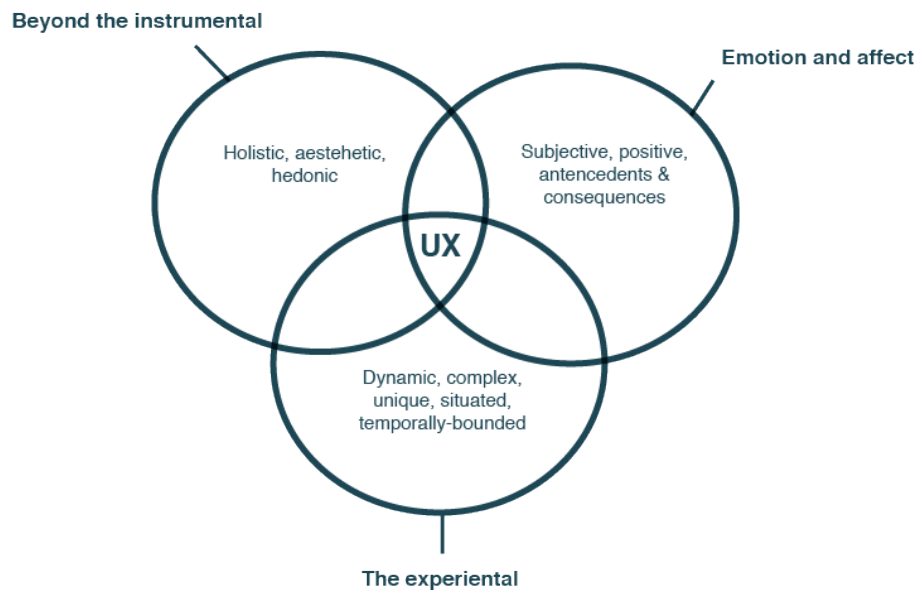
DEN DIGITALE OPLEVELESE

Da dette speciale har udgangspunkt i en undersøgelse af, hvilke elementer der er essentielle at implementere i et digitalt værktøj til de frivillige, er det derved relevant at se på, hvorledes oplevelser kan opstå på digitale platforme. Human-Computer Interaction er et felt, der før i tiden kun beskæftigede sig med produktets funktioner og metoder til at få en bestemt arbejdsopgave udført, hvilket betød en fokus på det objektive og instrumentelle (Hassenzahl, 2010). I dag er det ifølge Hassenzahl (2010) afgørende for digitale platforme, at de formår at indeholde en oplevelsesværdi for brugeren: "... it may not matter how good a product is objectively, its quality must also be experienced to have impact" (s. 9). Brugeren skal gennem interaktionen med det digitale produkt kunne opnå en oplevelse, der giver mening. Den virtuelle oplevelse handler derfor, ligeså vel som fysiske oplevelser, om subjektivitet og meningskabelse (Hassenzahl, 2010). Garrett (2011) er enig med Hassenzahl (2010) og forklarer, ud fra hjemmesider som eksempel, at et af hovedformålene med hjemmesidedesignet må være: "... to communicate that information as effectively as possible. It's not enough just to put it out there. It has to be presented in a way that helps people absorb it and understand it" (Garrett, 2011, s. 12). Det handler derfor ikke blot om at præsentere informationen i sig selv, men derudover at forme indholdet i det digitale design således, at brugerne tager informationen til sig og oplever en mening med den (Garrett, 2011).

Hassenzahl (2010) forklarer, at en virtuel oplevelse indeholder tre former for mål, der skal opnås hos brugerne i interaktionen med et digitalt produkt: Do-goals, motor-goals og be-goals (Hassenzahl, 2010, s. 12). Do-goals og motor-goals er de mål, der før i tiden blev betragtet som de vigtigste, da det er dem, der handler om funktionaliteten, tilgængelighed og det instrumentelle i designet. Do-goal er det helt konkrete mål en bruger har under interaktionen med det digitale produkt. Formår det digitale produkt at gøre dette mål opnåeligt

gennem interaktionen, så er brugerens do-goals opnået. Motor-goals handler om den struktur der ligger bag funktionaliteten og tilgængeligheden i produktet. Det er herunder, at diverse knapper tildeles gøremål i en bestemt struktur, der gør produktet let tilgængeligt for brugeren. Det sidste mål, be-goals, handler modsat de to andre om brugeroplevelsen, forstået som en subjektiv meningsgivende oplevelse for individet. Be-goals har intet at gøre med funktionalitet eller alt det instrumentelle der ligger bag et digitalt produkt, men er det mål der motiverer og giver mening for brugeren. Det er det mål der eksempelvis handler om være noget: ""Being competent", "being admired", "being close to others"" (Hassenzahl, 2010, s. 13). Yderligere er be-goals også de mål, der handler om unikhed og kompleksitet, at skabe æstetisk tiltrækning og om at fremme positiviteten. I dag designes digitale produkter derfor ud fra denne forståelse for subjektivitet, således der kan skabes en mening og brugeroplevelse (Hassenzahl, 2010), hvilket er essensen af oplevelsesdesign (jf. Dewey, 1980; Boswijk et al., 2012; Jantzen et al., 2012), og som yderligere blev nævnt som hovedmål for planlægningen i eventdesign (jf. afsnittet *Events: En afklaring*).

Brugeroplevelsen er blevet en så central del af det digitale design, at det har skabt sit eget felt i litteraturen: User Experience. Hassenzahl har sammen med Tractinsky (2006) opstillet en model, der visualiserer tre facetter af User Experience, der sammensat udgør rammerne for en god brugeroplevelse:

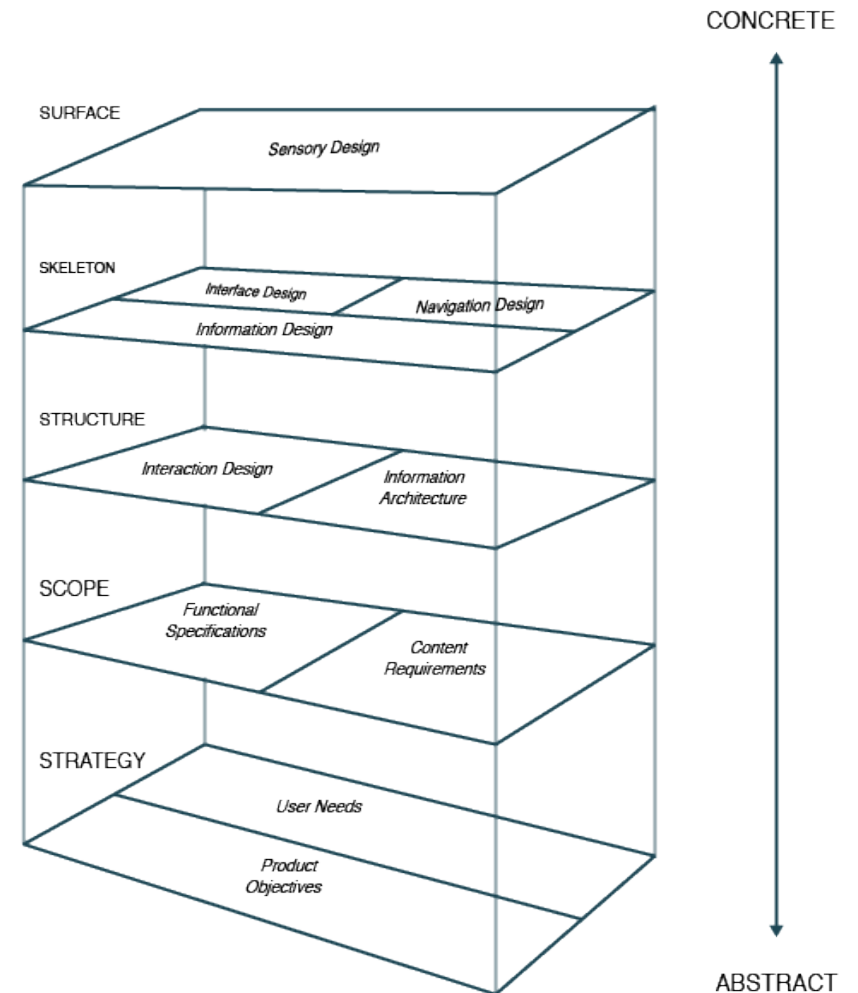


Figur 8: Tre facetter der udgør rammerne for en god brugeroplevelse, gengivet med inspiration fra Hassenzahl og Tractinsky (2006, s. 95)

Facetterne indeholder samme elementer, der også omtales ved be-goals. Ifølge Hassenzahl og Tractinsky (2006) skal et digitalt produkt, for at kunne skabe rammerne for en brugeroplevelse, indeholde holistiske, æstetiske og hedoniske elementer, der fanger brugerens interesse ved at skabe en helhedsoplevelse, der rummer lyst og velvære. Yderligere skal produktet indeholde elementer, der er følelsesbetonede, frembringer stemninger og berører brugeren, således oplevelsen giver mening. Slutteligt skal produktet indeholde dynamiske, unikke og komplekse elementer, der kan gå ind og udfordre brugerens erfaringer (Hassenzahl og Tractinsky, 2006). Samme elementer har vi også set i oplevelsesdesignfeltet (jf. afsnittet Event som oplevelse). Ved at gøre brug af be-goals og hermed facetterne under user experience, kan brugerens interaktion med det digitale produkt opnå en oplevelsesværdi og fremme en meningsgivende helhedsoplevelse (Hassenzahl og Tractinsky, 2006).

På trods af det centrale fokus på be-goals og user experiences, er det stadig,

ifølge Hassenzahl (2010), også vigtigt at tænke i både do-goals og motor-goals, da det er alle tre mål, der er afgørende for den digitale oplevelse. Hertil er Garrett (2011) enig. Mens Hassenzahl (2010) har et øget fokus på det hedonistiske, ser Garrett (2011) på udformningen af en digital brugeroplevelse ud fra en mere funktionel forståelse. Garrett (2011) forklarer user experience som opdelt i fem planer, der hver indeholder funktionelle elementer, der sammensat udgør brugeroplevelsen:



Figur 9: The elements of user experience, gengivet med inspiration fra Garrett (2011, s. 29)

Det nederste plan, strategy, omhandler brugernes behov, samt hvilke mål der ønskes opfyldt af det digitale produkt. Det er på dette plan, at der skal skabes en forståelse for brugernes ønsker og mål med at benytte sig af det digitale produkt. Dette plan stemmer i høj grad overens med Hassenzahls (2010) be-goals, hvor der også er fokus på meningsgørelse for brugerne. Forskellen er dog, at mens Hassenzahl (2010) med sine be-goals koncentrerer sig om de elementer bag det funktionelle og instrumentelle, så benytter Garrett (2011) sin viden om brugerne til at udlede de rette krav, elementer og funktioner der kan facilitere en mening for brugerne. Der er derfor stadig et fokus på det funktionelle, selvom der arbejdes med brugernes behov (Garrett, 2011). Den indsamlede viden om brugernes ønsker, samt hvilke elementer og indhold der kræves for at imødekomme disse ønsker, tages med til næste plan, scope. Her placeres indholdet i den rette sammenhæng og former det digitale produkts omfang. De næste to planer, structure og skeleton, handler om at få sat indholdet og funktionerne i struktur. Disse planer er derfor særligt interesserede i funktionaliteten og stemmer overens med Hassenzahls (2010) do-goals og motor-goals, hvor det instrumentelle er i fokus. Det sidste plan, surface, forklarer Garrett (2011) således: "Here, content, functionality, and aesthetics come together to produce a finished design that pleases the senses while fulfilling all the goals of the other four planes" (s. 133). Det er på brugergrænsefladen, at alle de særligt udvalgte elementer og funktioner i samspil udgør en helhed, der i sit udtryk skal virke æstetisk tiltrækkende for brugeren (Garrett, 2011). Arbejdet med user experience handler derfor, ifølge Garrett (2011), om at udtænke hver funktion og hvert element så specifikt, at hvert aspekt en bruger oplever i interaktionen med det digitale produkt, er designet bevidst til netop denne oplevelse: "The user experience design process is all about ensuring that no aspect of the user's experience with your product happens without your conscious, explicit intent" (s. 19).

Til trods for at vi i dette speciale ikke kommer til at arbejde med funktioner som knapper, former eller farver, men kun det meningsgivende æstetiske ind-

hold (jf. Hassenzahl, 2010; Hassenzahl og Tractinsky, 2006), der skal kunne tiltrække og motivere de frivillige, er det stadig relevant at forstå de funktioner og elementer (jf. Garrett, 2011), der er medvirkende til at skabe rammerne for den samlede oplevelse. Vores hovedfokus vil være på Hassenzahls (2010) be-goal samt Hassenzahl og Tractinskys (2006) tre facetter i user experience, da det er den subjektive oplevelse, vi ønsker at skabe rammer for. Hertil gør Garrett (2011) det klart, at den æstetiske overflade er afhængig af sammensætningen af de bagvedliggende elementer og funktioner. Yderligere giver han os en forståelse for, hvorledes digitale produkter er bygget op rent strukturmæssigt, hvilket er relevant, da det gør os opmærksom på, at de valg vi træffer har betydning gennem hele designprocessen. Hassenzahl (2010), Hassenzahl og Tractinsky (2006) og Garrett (2011) supplerer derved hinanden godt i forhold til hensigten med dette speciale og giver os en bevidsthed om, hvilke niveauer og områder af user experience vi befinder os i.

Ovenstående teori har givet en forståelse for, hvordan der kan skabes en oplevelse (jf. Dewey, 1980) på digitale platforme. Grundforståelsen af hvordan en sådan udfolder sig, stemmer overens med den forståelse Jantzen et al. (2012) og Boswijk et al. (2012) har givet os, da disse fokuserer på at en oplevelse er meningsgørelse, hvis designeren forstår at skabe de rette æstetiske rammer.

Det følgende teori bevæger sig væk fra forståelsen af events og oplevelser og fokuserer i stedet på at forklare, hvad motivation er, og hvordan det kan opstå hos et individ, herunder give en forståelse for frivillighed.

FRIVILLIGE OG MOTIVATION

Det følgende afsnit er en teoretisk funderet redegørelse, hvor det afklares hvordan frivillige motiveres til at indgå i ubetalt arbejde. For at forstå dette inddrages Mashlows (1943; 1987) motivationsteori behovspyramiden, da denne forstås som værende et generelt udtryk for hvilke behov vi individer har, og hvordan vi handler for at få dem dækket. Denne både suppleres og kritiseres med relevant teori fra blandt andre Beck (2000), Have (2004) og Yeung (2004). En forståelse for frivillighed og den bagvedliggende motivation er relevant at klarlægge, da vores kommende analyse af vores indsamlede empiri skal ses i relation hertil.

Både Klausen (1990) og Boll et al. (2012) konkretiserer frivilligt arbejde som værende arbejde, hvori et individ indgår valgfrit uden at få betaling. Derfor er det også frivilligt, hvornår arbejdet ønskes stoppet. Hertil påpeger Boll et al. (2012), at det frivillige arbejdet er til gavn for andre end én selv og ens familie. Frivilligt arbejde adskiller sig fra arbejde, man er tvunget ind i fra eksempelvis sin arbejdsplads. Hele organisationer kan opstå på baggrund af frivillighed og defineres som værende organisationer, hvor to eller flere individer går sammen om fælles interesser (Klausen, 1990). Ofte benytter organisationer sig af frivillige, fordi de bidrager med stærke ressourcer i form af forskellige kompetencer og kvalifikationer og er derved behjælpelige med at klare opgaver, som organisationen ellers ikke ville kunne løse (Boll et al., 2012).

Undersøgelser lavet af Center for frivilligt og socialt arbejde (2014) viser, at næsten halvdelen - 42% - af den danske befolkningen indgik i ulønnet arbejde i 2014. På den måde var Danmark, i 2014, et af de lande, hvor interessen for frivilligt, ulønnet arbejde var størst, og at det primært drejede sig om frivilligt arbejde inden for kultur, idræt og fritid. Hertil er der, ifølge undersøgelsen, stort set ingen procentvis forskel mellem fordelingen af mænd og kvinder i det frivillige arbejde i 2014. Derimod var der tilbage i 2012 en forskel på 4 procentpoint mellem mænd og kvinder med mændene i overtal (Center for frivilligt og

socialt arbejde, 2014). I vores undersøgelser har vi kontakt med fire frivillige i planlægningsarbejdet af Cyklo 2016, hvoraf tre af dem er mænd. Overtallet af mænd i planlægningsfasen er ligeledes gældende, hvis der medregnes de resterende 11 personer, der er en del af de to udviklingsgrupper. Dette kan skyldes festivalens status som en sportsevent, hvor cyklen er i fokus. Ligeledes kan det tyde på, at det skyldes en tidligere skævfordeling mellem kønnene i det frivillige arbejde. Derfor ville vi, selv i inddragelsen af flere frivillige fra planlægningsarbejdet af Cyklo 2016, have haft et overtal af mænd. De fire frivillige vi er i kontakt med, må ses som værende repræsentative primært i forhold til festivalens sports-tema, men også i forhold til den tidligere skævfordeling mellem mænd og kvinder. I 2014 blev næsten halvdelen af alt frivilligt arbejde i Danmark primært foretaget af personer i alderen 40-49 år, der toppe med 46%.

Bevæggrundene for deltagelse i frivilligt arbejde kan variere fra individ til individ. Motivation er en af de forklaringer, der bliver brugt, når der forsøges at tage højde for foranderligheden i menneskets adfærd. Helt basalt bruges motivation som en faktor til at forklare, hvorfor vi gør, som vi gør (Beck, 2000).

BEHOVSPYRAMIDEN

Mashlows (1943) behovspyramide illustrerer menneskets fem basale behov, opdelt i hierarkisk orden alt efter hvilket behov, der er mest grundlæggende og vigtigst for mennesket at få dækket først: "Human needs arrange themselves in hierarchies of prepotency. That is to say, the appearance of one need usually rests on the prior satisfaction of another, more pre-potent need" (Mashlow, 1943, s. 370). Individet kan derved først søge efter opfyldelsen af et behov, hvis det førtiliggende behov er opfyldt. Dog er det faktisk forkert opfattet, at hvert behov skal være 100% opfyldt, før mennesket kan søge videre opfyldelse, da de fleste mennesker er tilfredse, hvis behovene er delvist opfyldt (Mashlow, 1987).

Som det nederste og største felt i pyramiden er det mest grundlæggende behov placeret: De fysiologiske behov. Disse behov omfatter mad og vand, og er ifølge Maslow (1943) uden tvivl de mest basale og vigtigste behov, der altid skal dækkes før alt andet: "A person who is lacking food, safety, love, and esteem would most probably hunger for food more strongly than for anything else" (s. 373). Når sulten og tørsten er blevet stillet, er de fysiologiske behov ikke længere presserende for individet, hvilket betyder, at det næste behov i rækken kan prioriteres (Maslow, 1943). Behovet herefter er tryghedsbehovet: "A man, in this state, if it is extreme enough and chronic enough, may be characterized as living almost for safety alone" (Maslow, 1943, s. 376). Her stræber individet efter sunde, stabile og trygge omgivelser for sig selv og sin familie. Dette behov kan være livsvigtig for individet, for at undgå fysiske og psykiske skader (Maslow, 1943). Efterfølgende kommer det sociale behov, hvor mennesket higer efter at indgå i sociale sammenhænge, samt behovet for følelsesbaserede relationer med andre mennesker. Er de to foregående grundlæggende behov opfyldt, vil individet gå langt for at få opfyldt dette behov for både at modtage og uddele kærlighed (Maslow, 1943). Efter det sociale behov er opfyldt, vil individet stræbe efter at opfylde det fjerde behov: egobehovet. Her ligger menneskets behov for anerkendelse fra sine omgivelser samt behovet for selvrespekt. Egobehovet er vigtigt for individet fordi: "Satisfaction of the self-esteem need leads to feelings of self-confidence, worth, strength, capability and adequacy of being useful and necessary in the world" (Maslow, 1943, s. 382). Modsat vil en modarbejdelse af dette behov medføre individet følelsen af at være svag, hjælpeløs og mindreværdig (Maslow, 1943).

Det sidste basale behov, der ligger som den øverste lille spids i pyramiden, er selvrealiseringsbehovet. Dette behov stræber efter udvikling og udnyttelse af individets kompetencer. "A musician must make music, an artist must paint, a poet must write, if he is to be ultimately happy. What a man can be, he must be" (Maslow, 1943, s. 382). Det kan siges, at individet her søger efter at

undersøge sin identitet og på den måde definere den til fulde. I forlængelse heraf er det interessant, at Maslow (1987) beskriver, at individet ligeledes har et basalt, kognitivt behov: behovet for at vide og forstå sin omverden, og at dette kan manifesteres i nysgerrighed, der etableres allerede fra barnsben. I sin bog *motivation – theories and principles* refererer Beck (2000) til *Loewenstein's Information-Gab Theory* (s. 315), der bygger på antagelsen om, at nysgerrighed opstår, når et individ bliver opmærksom på et hul i dets viden. Et hul i et individs viden er forskellen mellem hvad individet ikke ved, og hvad det gerne vil vide. Hvis der er en uoverensstemmelse mellem, hvad individet ved, og hvad det gerne vil vide, så handler individet aktivt mod at eliminere denne uoverensstemmelse. Herefter vurderer individet, om det er tilfreds med den nye viden, og fortsætter i så fald videre til noget andet. Det er forskelligt fra individ til individ, hvornår de er tilfredse med den mængde viden, de indsamler. For nogle er det nok at vide, hvordan der arbejdes med et enkelt computerprogram, hvorimod andre har et langt større behov for at vide, hvordan en computer fungerer (Beck, 2000). Derfor må det kunne antages, at nogle individer er tilfredse med delvist at vide, hvad deres potentiale er, hvorimod andre arbejder hårdt og længe for at finde frem til deres fulde potentiale. Der må argumenteres for, at dette faktum kan knyttes til behovspyramidens øverste lag: selvrealiseringsbehovet. Dette kan forstås således, at nogle individer har et større behov for at realisere dem selv og derfor arbejder hårdere imod en sådan selvrealisering end andre.

DEN OMVENDTE BEHOVSPYRAMIDE

Maslow (1943; 1987) udviklede behovspyramiden inden for motivationsteorien, som en metode til at kunne se, hvordan det er muligt at motivere mennesker ud fra deres behov. En sulten mand kan kun motiveres med tanken om mad og drikke for intet i verden er vigtigere for ham. En bange familie kan motiveres med tanken om trygge rammer, og således fortsætter det op gennem hierarkiet. Når først behovene er blevet opfyldt, kan de ikke længere ses

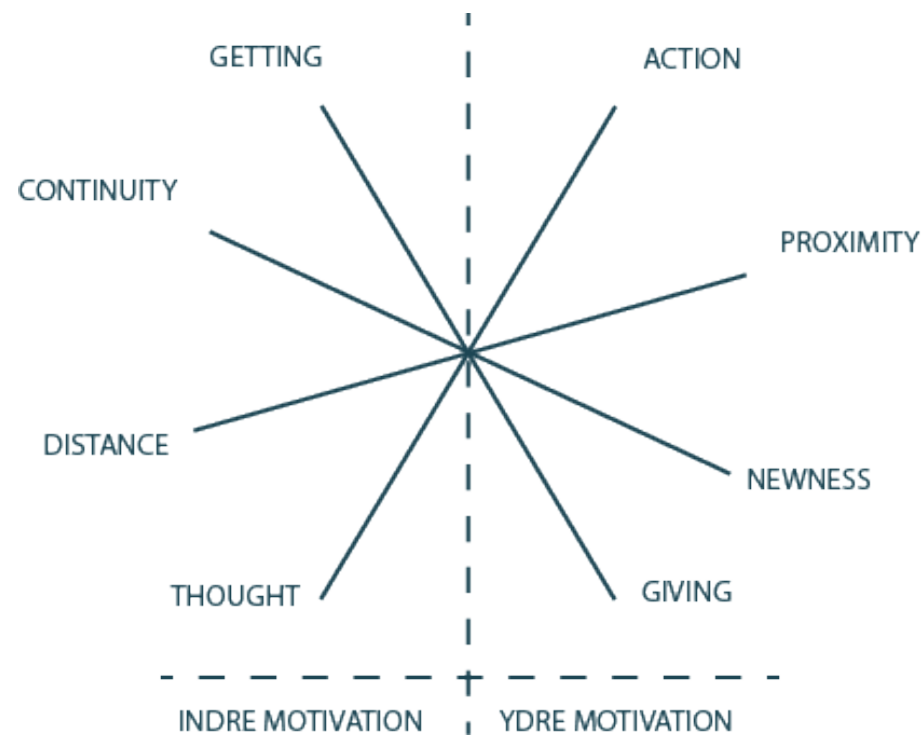
som centrale behov for individet og derfor heller ikke bruges som den samme stærke motivation:

[...] when a need has been satisfied for a long time, this need may be underevaluated. People who have never experienced chronic hunger are apt to underestimate its effects and to look upon food as a rather unimportant thing. If they are dominated by a higher need, this higher need will seem to be the most important of all. (Mashlow, 1943, s. 387)

Netop hvad Mashlow (1943) nævner i dette ovenstående citat, er en tendens der kan ses i dagens Danmark. Her har en stor del af den danske befolkning opfyldt flere af, og måske alle, de nævnte basale behov i pyramiden. Ifølge Have (2004) er det særligt noget han ser hos de unge: "Selvrealisering er for den unge generation blevet det basale og naturlige behov, der går forud for alle andre" (s. 35). Have (2004) arbejder derfor med en ny udgave af behovspyramiden, hvor han vender den på hovedet. Med dette illustrerer Have (2004), at de forskellige behov stadig fylder det samme for mennesket, men fordi de fleste danskere allerede har opfyldt mange af niveauerne, er det selvrealiseringen der bliver prioriteret som vigtigst. Samme tanke kan også findes hos Jantzen et al. (2012) der forklarer oplevelsers vigtighed for danskere i dag således: "Kampen for den fysiske overlevelse er blevet erstattet af en kamp om at få så meget ud af tilværelsen som muligt [...] ikke kun i materiel henseende, men i særdeleshed også følelsesmæssigt, sanseligt og erfaringsmæssigt" (s. 86). Der er dermed enighed omkring, at der er blevet vendt op og ned på menneskers basale behov. Dette faktum lader sig afspejle i den kraftige fremmarch af områder som oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign, herunder eksempelvis events (jf. afsnittet *Events: En afklaring*), hvor fokus netop ligger på at involvere individet på en ny og anderledes måde i aspekter af livet, der kan pirre nysgerrigheden og på den måde give en ny selvindsigt.

YEUNGS MOTIVATIONS KORT

I dag giver Mashlows (1943; 1987) behovspyramide dermed et mere realistisk bud på menneskets basale behov, hvis den ses på hovedet, hvor behovet selvrealisering ligger først for i pyramiden. Om selvrealisering og nysgerrighed er konstante bevæggrunde for frivilligt arbejde er svært at svare på, men det er også svært at udelukke. Der er blevet lavet mange motivationsstudier, der giver et bud på, hvad folk anser som være bevæggrunde for at deltage i frivilligt arbejde, disse er dog ofte svære at gøre endegyldige, da motiver kan være svære at italesætte (Koch-Nielsen, Henriksen, Fridberg, Rosdahl, 2005). I et forsøg på at kortlægge en holistisk opfattelse af hvad der motiverer til frivilligt arbejde, har Yeung (2004) udarbejdet dette motivationskort:



Figur 10: Kort over frivillighedsmotivation, gengivet med inspiration fra Yeung (2004, s. 32)

Ovenstående model er udarbejdet på baggrund af diskursive analyser og afspejler ifølge Yeung (2004) mange af de beskrivelser, frivillige giver for deres motivation for frivilligt arbejde. Pilene skal ses som værende sammenhængende, interagerende poler, hvor pilene mod højre beskriver individets ydre motivation, mens pilene mod venstre beskriver den indre (Yeung, 2004). Giving-Getting sammenhængen afspejler den motivationsfaktor, som er orienteret mod det, den frivillige får ud af arbejdet (eksempelvis selvrealisering, personlige interesser -og oplevelser, lykke og en følelse af mod) samt det, den frivillige giver til det frivillige arbejde (eksempelvis et ønske om at bekæmpe social udelukkelse af dårligt stillede i samfundet eller kompetencer til at udføre et specifikt arbejde) (Yeung, 2004). Forholdet mellem indre -og ydre motivation er interessant at omtale yderligere og vil ske senere i indeværende afsnit, hvor motivation ses i forhold til Ryan og Decis (2000) teori om *Cognitive Evaluation Theory*. Distance-Proximity forholdet afspejler muligheden for at skabe afstand til det frivillige arbejde i form af eksempelvis fleksible arbejdstider, samtidig med at den frivillige indgår i en vis form for socialt fællesskab (Yeung, 2004). Thought-Action dimensionen afspejler, at motivationen kan ligge i personlige værdier som eksempelvis religiøs overbevisning eller rollemodeller, samt den aktive, handlingsorienterede del af det frivillige arbejde, hvor der kan skabes en følelse af at gøre en forskel (Yeung, 2004). Den sidste dimension, Continuity-Newness, afspejler, at den frivillige enten kan finde det frivillige arbejde interessant, fordi det eksempelvis er i forlængelse af den frivilliges professionelle arbejde, eller fordi det frivillige arbejde er nyt og anderledes end det, den frivillige foretager sig til hverdag. På den måde vil det frivillige arbejde være et afbræk fra hverdagen og give nogle nye oplevelser (Yeung, 2004).

INDRE OG YDRE MOTIVATION

Yeungs (2004) model inddrager selvrealisering, blandt andre bevæggrunde, som et bud på, hvorfor individer deltager i frivilligt arbejde. Der må derfor argumenteres for, at der er en vis rigtighed i, at Mashlows (1943; 1987) behov-

spyramide i dag vender på hovedet, hvor behovet for selvrealisering i højere grad er ønskeligt. Ligeledes inddrager Yeung (2004) forholdet mellem indre og ydre motivation og begge motivationers tilstedeværelse, når der gives en forklaring på, hvad der motiverer frivillige til at deltage i ulønnet arbejde. Professorerne Ryan og Deci (2000) forklarer i deres artikel forskellen på den indre (intrinsic) motivation og den ydre (extrinsic). Helt basalt skal den indre motivation forstås som værende den, der er iboende et menneske, og som ligger til grund for udførelsen af noget, hvor målet er udførelsen i sig selv:

Intrinsic motivation is defined as the doing of an activity for its inherent satisfactions rather than for some separable consequence. When intrinsically motivated a person is moved to act for the fun or challenge entailed rather than because of external prods, pressures, or rewards. (Deci og Ryan, 2000, s. 56)

Den ydre motivation skal forstås som værende den indre motivations diametrale modsætning. Ydre motivation kan være drivkraften, når arbejdet der skal udføres ikke er af valgfri karakter:

Extrinsic motivation is a construct that pertains whenever an activity is done in order to attain some separable outcome. Extrinsic motivation thus contrasts with intrinsic motivation, which refers to doing an activity simply for the enjoyment of the activity itself, rather than its instrumental value (Deci og Ryan, 2000, s. 60)

Ydre motivation kan eksemplificeres med den studerende, der kun udfører sine opgaver, fordi vedkommende frygter forældres eventuelle sanktioner. Modsat kan indre motivation eksemplificeres med den studerende, der arbejder hårdt, fordi vedkommende selv ser interesse og erfaringsudvikling i arbejdet. Ligeledes kan ydre motivation forstås som den faktor, der spiller

ind, når en person deltager i en aktivitet kun for at få et givende udbytte, der er lukrativt for vedkommende selv (Deci og Ryan, 2000). Denne forståelse af indre –og ydre motivation stemmer overens med Yeungs (2004) udlægning af Giving-Getting forholdet i sit kort over frivillighedsmotivation (figur 10). Her vil den indre motivation derved være ønsket om at gøre en forskel for de socialt udsatte i samfundet (Giving, jf. figur 10), hvorimod den ydre motivation vil være at få et givende udbytte (Getting, jf. figur 10), der kun er relevant for den frivillige selv i form af selvrealisering, personlig erfaring eller oplevelser.

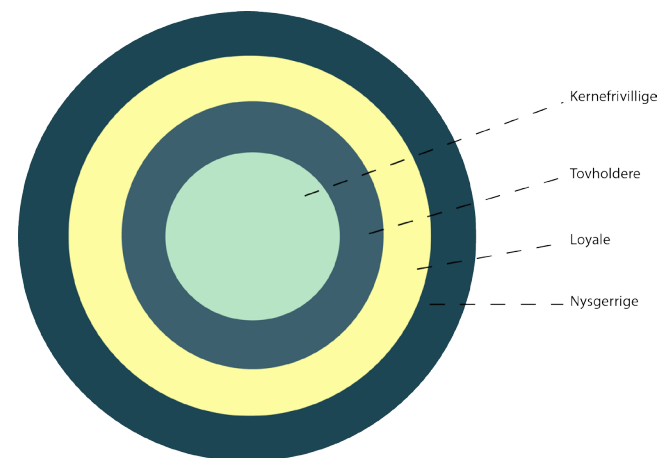
Interessant er det, at Ryan og Deci (2000) understreger, at indre motivation ikke kommer af sig selv. For at et individs indre motivation kan bestå, er der nogle basale behov i individets sociale liv, der skal opfyldes. Teorien herom kalder de *Cognitive Evaluation Theory* (CET). Her tænkes der på, at der skal være faktorer til stede, der fremmer individets følelse af kompetence, dets følelse af selvbestemmelse og følelsen af tilhørsforhold (Weinstein, 2014). I sin bog *Human Motivation and Interpersonal Relationships*, der i høj grad beror på forskning begået af Ryan og Deci, uddyber Weinstein (2000) de tre behov. Behovet for kompetence refererer til det faktum, at individet har brug for at føle, at dets handlinger er effektive, og at det har tilstrækkelige evner til at løse vigtige og udfordrende opgaver. I forlængelse heraf retter behovet for selvbestemmelse sig mod individets behov for at føle, at dets handlinger er selvbestemt. Endeligt retter behovet for tilhørsforhold sig mod ønsket om at føle sig tæt forbundet med andre individer samt følelsen af at høre til et sted. Ligesom ved Mashlows (1943; 1987) behovspyramide gælder det, at disse behov skal være opfyldt, før individet kan opleve følelsen af velvære og sammenhængende identitet. Når disse tre behov er opfyldt, kan det, teoretisk set, vise sig at individet oplever en indre motivation: "Empirically, numerous studies have shown that basic need satisfaction promotes both intrinsic motivation and integration." (Weinstein, 2014, s. 9).

Sammenhængen mellem indre motivation og villigheden til ulønnet arbejde

er svær at fornægte, da den ses i eksempelvis litteratur om eventplanlægning. Getz (2012), som vi tidligere har omtalt i forbindelse med event studierne under afsnittet *Events: En afklaring*, henviser til en undersøgelse foretaget af Ralston, Lumsdon og Downward (2005) der fandt, at frivillige ofte deltager i ulønnet arbejde, når omdrejningspunktet for arbejdet er af personlig interesse. Ligeledes også når der er muligheden for at gøre noget godt for samfundet, muligheden for at møde andre, interessante mennesker samt muligheden for at kunne bruge sine evner til noget nyttigt. Disse er, som netop omtalt, faktorer der spiller ind i udviklingen af et individs indre motivation til at gøre ting aktivt af egen fri vilje. I forlængelse heraf viser Boll et al. (2012) at frivillige kan motiveres til frivilligt arbejde, hvis der er en vellykket involvering af de frivillige i organisationen, at arbejdsopgaverne er klart defineret, at der er klare defineret forventninger, og at der er et ligesindet samarbejde mellem fuldtidsansatte og frivillige medarbejdere.

KATEGORISERING AF FRIVILLIGE

Ifølge Boll et al. (2012) kan frivillige medarbejdere kategoriseres i fire forskellige kategorier, der hver især fortæller noget om den frivilliges engagement og tidsforbrug i arbejdet: Nysgerrige, Loyale, Tovholdere og Kernefrivillige (s. 54):

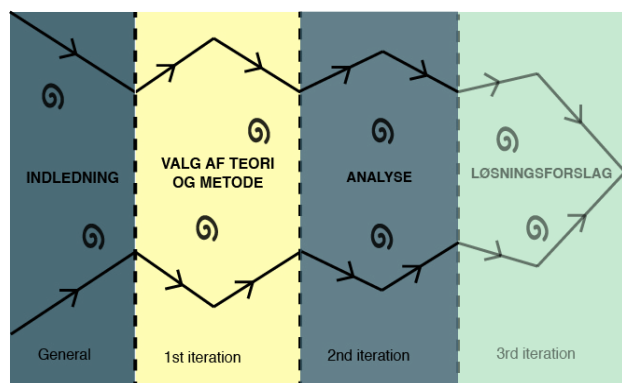


Figur 11: Kategorisering af frivillige, gengivet med inspiration fra Boll et al. (2012, s. 54)

Rollerne differentierer sig i forhold til hvor meget tid, den frivillige lægger i arbejdet, samt organisationens forventninger til ansvarsområder og kompetencer. Som enten nysgerrig eller loyal frivillig benyttes der ganske lidt tid på det frivillige arbejde, og kravene til den frivilliges kompetencer er minimale. Forskellen mellem de to er, at loyale frivillige har tendens til at tilbyde en mere stabil arbejdskraft, hvor nysgerrige primært tilbyder sin arbejdskraft én dag. Modsat er rollerne som tovholder og kernefrivillig mere krævende, da der forventeligt bruges mere tid på arbejdet, samt at der i højere grad er fokus på specifikke kompetencer og ansvarsområder. Som tovholder er arbejdet primært rettet mod ét projekt, hvorimod at en kernefrivillig godt kan have flere projekter for hånden. På tværs af frivilligrollerne sker der, ifølge Boll et al. (2012), en progression når mængden af tid, den frivillige ligger i arbejdet stiger. Kendskab til de frivilliges kompetencer og involveringsniveau er relevant, da det giver lederen mulighed for at knytte opgaver sammen med den frivillig, der har de rette kompetencer. På den måde sikrer lederen at de frivillige ikke bekymrer sig om, hvorvidt deres kompetenceniveau er tilstrækkeligt, hvilket øger motivationen hos dem (Boll et al, 2012). Ligeledes påpeger Boll et al. (2012) at frivillige bør inkluderes i organisationen på samme niveau som de fuldtidsansatte, således de kan have et meningsfuldt samarbejde. Samtidig skal de frivillige have samme rettigheder og respekt som de fuldtidsansatte.

3 ANALYSE

De netop præsenterede afsnit har bestået af både metode og teori, vi har fundet relevante i skabelsen af et empirisk fundament, der skal ligge til grund for dette speciales analysedel, der er at finde i det kommende afsnit. I analysedelen bearbejdes det indsamlede empiri aktivt i sammenkoblingen med det præsenterede teori. Analysen sker med udgangspunkt i den hermeneutiske tilgangsvinkel, der understreger, at individet forstår og fortolker med udgangspunkt i dets egen livsverden. Det betyder, at den analytiske del består af dele, vi som case researcher as interpreters (jf. Stake, 1995) forstår ud fra den indsamlede empiri og teori. Hertil kommer, at vi ligeledes analyserer ud fra det udgangspunkt, at vi er designeksperter, idet vi tidligere har defineret, at vi arbejder ud fra et research-led with expert mindset (jf. afsnittet *Designtilgang: Design-map*). I forhold til vores designproces, Buxtons Funnel (Buxton, 2007), befinder vi os nu på grænsen til den analytiske iteration. Denne iteration indeholder yderligere "små" iterationer, der specificerer, at analysearbejdet foregår i vekselvirkningen mellem forståelsen af de små dele og den overordnede helhed i den indsamlede empiri og det præsenterede teori. Dette visualiseres således:

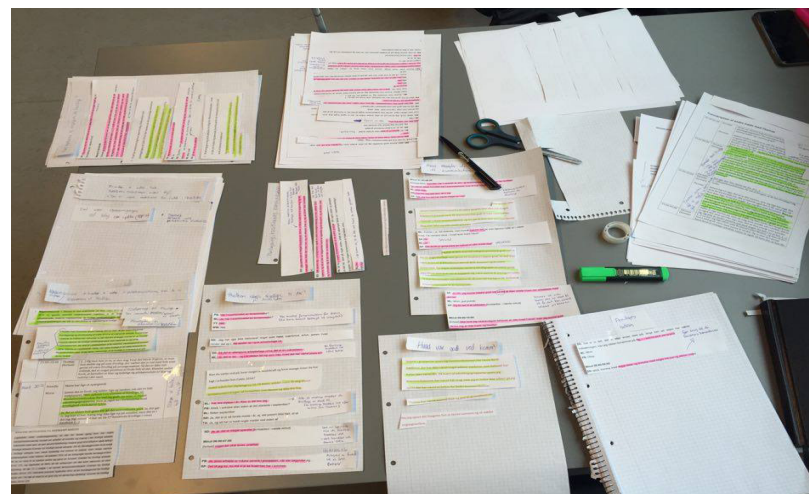


Figur 12: Buxtons Funnel, gengivet med inspiration fra Buxton (2007, s. 149), viser her, at den kommende del af specialet er den analytiske del.

I arbejdet med at forstå delene i empiriens helhed og knytte dem sammen med det præsenterede teori, har vi, som nævnt i metodeafsnittet, benyttet KJ-metoden. Måden hvorpå vi har benyttet metoden, har været ved at udklippe relevante fraser fra det indsamlede interviewempiri og sætte det sammen under temaer, der er relevant for besvarelsen af vores problemformulering:

- Frivillige som nøgleressource
- Hvad motiverer og engagerer de frivillige
- Planlægning og koordinering – herunder hvad de frivillige har savnet ved den interne kommunikation.

Disse temaer kommer ikke til at være definerende for overskrifterne i den kommende analyse, men de har været behjælpelige til at danne overblik og skabe krydsrelationer mellem det indsamlede empiri. På den måde har vi sikret os, at alt empiri er inkluderet i den kommende analyse. Med samme formål har vi fordelt den præsenterede teori ud på de nævnte temaer. De egentlig overskrifter i analysen beskrives længere inde i analysedelen.



Figur 13: Vi har benyttet KJ-metoden til at skabe del –og helhedsforståelse mellem vores indsamlede empiri og præsenterede teori. Her ses procesbillede fra d. 25.04.16.

Formålet med den følgende analyse er, i kombinationen af empiri og teori, at finde frem til et løsningsforslag, der besvarer specialets problemformulering, der som tidligere beskrevet lyder som følgende:

Hvordan kan de hermeneutiske grundprincipper om del- og helhedsforståelse implementeres i et digitalt produkt, der giver de frivillige oplevelsen af at være inkluderet og derfor motiveret i eventplanlægningen af Cyklo 2016?

Formålet er at komme frem til et løsningsforslag der specificerer, hvordan de hermeneutiske grundprincipper om del –og helhedsforståelse indarbejdes i et digitalt produkt, der på samme tid giver de frivillige i eventplanlægningen af Cyklo 2016 en oplevelse (jf. Dewey, 1980) af at være involveret og derfor motiveret. Gennem analysen vil vi opnå en forståelse for de frivillige i Cyklo 2016, hvilket udgør den relevante viden, der efterfølgende vil overføres til vores løsningsforslag. Analysen udføres derved ikke kun for at opnå en forståelse for de frivillige, men fungerer yderligere som et middel til at frembringe relevante designkrav, der skal implementeres i vores digitale løsningsforslag.

Den følgende analyse vil være struktureret som en tragt, forstået på den måde at den starter bredt med at skabe en forståelse for de frivillige, hvor det gøres klart, at de anses for nøgleressourcer i planlægningen af Cyklo 2016 (jf. Osterwalder & Pigneur, 2012). Hertil kategoriseres de frivillige, således vi får klargjort, hvilke typer af frivillige Cyklo rummer. Denne startende, brede del af analysen findes under overskrifterne: *Forståelse for de frivillige – de frivillige som nøgleressourcer* og *forståelse for de frivillige – kategorisering af de frivillige*. I forlængelse heraf snævrer analysen sig ind på at skabe en forståelse for, hvilke motivationsfaktorer der ligger til grund for de frivilliges deltagelse i planlægningsarbejdet. Denne del af analysen vil opdeles i overskrifter der antyder, hvilke motivationsfaktorer der er i fokus. Herunder: *kompetenceforståelse*, *passion* og *personlig interesse*, *nysgerrighed*, *selvrealisering* og *procesindblik* og afslutningsvis ønsket om at være en del af en helhed. Afslutningsvis

i analysen skabes der en forståelse for, hvordan den interne kommunikation blandt de frivillige og de fastansatte udfolder sig. Dette under overskrifterne: *Forståelse for kommunikation: Primært en-vejs kommunikation* og *Forståelse for kommunikation: Projektstyring via årshjulet*. Afslutningsvis ved hvert individuelt analyseafsnit findes en opsummering, der understreger hvad analysen viser os, herunder hvilke designkrav vi finder frem til. Designkravene opsummeres afslutningsvis under overskriften Opsummering på analyse: krav til det digitale værktøj, inden de sættes i relation til et løsningsforslag.

I kraft af analysen er udformet som en tragt, bevæger vi os løbende tættere på et endeligt løsningsforslag, samt hvilke krav dette skal indeholde. Det endelige løsningsforslag vil blive beskrevet i det afsnit, der kommer efter analysen. Den tragtformede struktur stemmer overens med Buxtons Funnel (Buxton, 2007), hvor der også her ses en indsnævrende struktur i overgangen fra 2. iteration til 3. iteration, hvor det endelige løsningsforslag fremlægges (se figur 12).

FORSTÅELSE AF DE FRIVILLIGE: Frivillige som nøgleressourcer

Først er det relevant at slå fast, at projektlederen ser de frivillige i planlægningsfasen af Cyklo 2016 som nøgleressourcer, jf. Osterwalder & Pigneurs (2012) Business Model Canvas, hvilket betyder, at de anses som værende vigtige for foreningens arbejde. At frivillige anses som værende en nøgleressource, giver dette speciale relevans, i og med en undersøgelse af deres involvering og motivation ville have været malplaceret, hvis ikke organisationen gjorde aktivt brug af frivillige. Det faktum at frivillige er en del af Cyklos nøgleressourcer bliver fastslået af projektlederen under vores første interview (bilag 7, 7a, og 8), hvor Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2012) satte ramme for spørgsmålene. Formålet med interviewet var at fastlægge den bagvedliggende struktur for planlægningen af Cyklo 2016, hvortil projektlederen understreger, at de frivillige i udviklingsgrupperne er en essentiel nøgleressource. Ifølge Osterwalder & Pigneur (2012) skal en nøgleressource forstås som den vigtigste ressource der er i spil, når en forretningsmodel skal virke optimalt (jf. bilag 6). Som essentiel nøgleressource placeres vigtigheden af de frivilliges arbejde på højde med de lønnede projektansatte (herunder projektlederen selv), eksterne nøglepartnere samt indsamlingsafdelingen der står for rekruttering og organisering af de frivillige. Projektlederen forklarer, at han startede Cyklo op med tre behov der skulle opfyldes:

TA: [...] Jeg havde brug for noget bredt [...] engagement i det. Fordi når vi laver sådan et stor arrangement, så bliver vi nødt til at have ambassadører og lokale kræfter, som byder ind på det. Så det var helt klart den ene del i det [...] For det andet et netværk, få trukket nogle gode mennesker ind omkring det. Og den tredje ting, altså helt basalt set, at få nogle gode ideer. At få nogle gode ideer, så handler det om at sætte nogle mennesker ned. (Bilag 10, minut 00:30-01:00 og 01:00-02:00)

Projektlederen ser fra start af, at han mangler arbejdskraft til at varetage forskellige opgaver til at planlægge Cyklo 2016 bedst muligt, hvilket han imøde-

kommer ved at gøre brug af frivillige. I forhold til de lokale kræfter og et godt netværk har han gennem Bo blandt andet skabt et samarbejde med Brabrand Cykel Motion og ligeledes til Steen som er behjælpelig med at videodokumentere Cyklo. I forhold ideudviklingen har de frivillige også været uundværlige, da det er i udviklingsgrupperne, at ideerne er opstået gennem brainstorming:

BL: Oftest bliver vi jo kaldt herind, så ligger der en blok post-its, og så bliver vi lukket ind og så får vi først lov til at komme ud når alle post-its er brugt [...]

SD: Det er jo det, der et eller andet sted på, langt hen ad vejen har været målsætningen, kan jeg sådan fornemme på dig, i, i wanna pick our brains [...] altså, komme med nogle ideer og komme med nogle ind-put og sådan noget. (Bilag 12, minut 07:00-08:00 og 08:00-09:00)

De frivillige ved fokusgruppeinterviewet fortæller i det ovenstående citat, at de er blevet involveret som en central del af ideudviklingen til Cyklo 2016. I forlængelse hertil fortæller projektlederen, at han i høj grad påskønner de frivillige i udviklingsgrupperne, og han er meget overrasket over i hvor høj grad, de har ydet i forhold til hans forventninger: **TA:** Bortset fra, at jeg synes, at folk har overleveret, i forhold til hvad jeg forventede. Jeg havde virkelig ikke regnet med, at der kom så mange og brugbare ideer, i det" (bilag 10, minut 02:00-03:00).

Der er derved ingen tvivl om, at de frivillige er uundværlige nøgleressourcer for Cyklo, og at de bidrager med relevant viden og kompetencer. Ifølge Ellert et al. (2015) er det værdiskabende for en eventmanager at inddrage de forskellige interessenter (herunder også de frivillige) i eventudviklingen, da der herved kan generes flere ideer ud fra forskellige synspunkter gennem brainstorm. Værdien ligger i at inddrage så mange forskellige individer som muligt, da de kan tilføje forskellige kompetencer, tilføje ny viden og nye perspektiver til eventens udformning. Dette har vi set, at de frivillige i udviklings-

viklingsgrupperne har bidraget med - både ud fra de frivilliges egne udsagn omkring deres deltagelse i ideudviklingen, og fra projektlederen der tilkender de frivilliges arbejde som udbytterig for Cyklo. Det kan hertil gøres klart, at projektlederen har gjort sit arbejde godt i forhold til ideudviklingsprocessen. At gøre brug af forskellige kompetencer er yderligere givende for en event i forhold til problemløsninger. Getz (2012) pointerer hertil, at hvis ikke alle er inkluderet i formgivningen og målsætningen for eventen, kan det medføre misforståelser. En vellykket sammensætning af de rigtige mennesker med de rigtige kompetencer er altafgørende for skabelsen af en unik event.

På trods af at både fokusgruppeinterviewet samt interviewet med projektlederen viser os, at de frivillige betragtes som nøgleressourcer og involveres i eventens planlægning, viser publikumsevalueringen fra Cyklo 2015 (bilag 5) dog en række problemstillinger. Problemstillingerne viser, at de frivillige måske i endnu højere grad kan inddrages i eventens udvikling og afvikling.

Mens de kvantitative svar viser, at deltagerne ved Cyklo 2015 er overordnet positive, og at størstedelen af dem har haft en god oplevelse og sandsynligvis deltager igen (bilag 5, s. 31-32), viser de kvalitative svar nogle essentielle problemstillinger, der går igen (bilag 5). Især ved spørgsmålene der retter sig mod enkeltstartscykelløbet, viser der sig et essentielt problem i forhold til den tidstagning, der blev benyttet i forbindelse med registrering af rytternes tider. Her har flere påpeget, at der har været "ALT for mange fejl med tidstagning!", at "tidstagningen gik vist i kludder", og at "Resultatlisten havde en forkert distance, så hastighederne var alt for høje" (bilag 5). Yderligere påpeges der en problematik omkring sikkerheden ved cykelløbet, da der flere steder både var fodgængere og biler, der krydsede den planlagte cykelrute. Endnu en kritik til dette cykelløb rettes mod, at starten på løbet var 40 min. forsinket, og at det gik ud over de ryttere, der havde varmet op hjemmefra. Disse er essentielle problemstillinger, da der er et ønske om, at Cyklo skal fremstå som værende et professionelt arrangement. Desuden er det tydeligt, ved spørgsmålet om

eventuelle mangler ved Cyklo 2015, at der ligeledes har været problemstillinger vedrørende den mængde af information, de deltagende har fået før og under festivalen (bilag 5). Denne problematik påpeges af flere deltagere, men særligt én udtrykker sig ganske kort og klart omkring, hvad der mangler: "Mere information. Mere planlægning. Mere koordinering. Mere forberedelse fra arrangørerne" (bilag 5). Hertil er der en yderligere kommentar, der kan knyttes til manglende information: "Var inden start usikker på om det handlede om at cykle eller hygge sig. Det er jeg stadig usikker på" (bilag 5). Dette sidste citat der påpeger en tvivl om, hvorvidt festivalen lægger op til at cykle eller til at hygge sig viser, at deltagerne har haft forskellige forventninger til Cyklo. Getz (2012) omtaler, at en kombination af to typer af events, i dette tilfælde sportsevents og festivaler, udgør en kompleksitet, der kan skabe forvirring for deltagerne, hvis forventningerne ikke stemmer overens. Derfor er det særlig vigtigt, at målet for identiteten er gjort klart, således den rette information kommunikerer ud til deltagerne. Dette citat viser, at en sådan kommunikation ikke er blevet udtrykt tydeligt nok, og at det har medført en usikkerhed i forhold til, hvad deltagerne har kunnet forvente sig af Cyklo. Dette kan være medvirkende til, at deltagerne har oplevet mangler ved Cyklo 2015, fordi eventen ikke har levet op til de forventninger, der er tilknyttet et professionelt cykelløb og en hyggelig familiefestival. For at denne kommunikation kan tydeliggøres, kræves det, at alle involverede i Cyklos planlægning og afvikling har kendskab til formålet med eventen, således de kan arbejde mod samme mål og efterleve forventningerne (jf. Getz, 2012). En fælles forventningsafstemning kunne eksempelvis have forhindret kritikken af, at ikke alle Cyklos crew-medarbejdere bar cykelhjelm (bilag 5), hvilket kunne have indgået i eventen som et godt budskab.

I publikumsevalueringen støder vi på nogle problemstillinger, der hver især kan ses som delelementer, der til sammen udgør en helhed, som i værste fald kan betyde, at Cyklo opleves som uprofessionel. Det lader ikke til, at nævnte problemstillinger har haft indflydelse på de deltagenes opfattelse af Cyklo

2015 som helhed, men det er dog problemstillinger, der er relevante at løse i forhold til ønsket om et mere besøgt og økonomisk givende Cyklo i fremtiden (jf. afsnittet *Cyklo: Hvad er det?*).

Netop problemstillinger og misforståelser som de ovennævnte kan ifølge Ellert et al. (2015) og Getz (2012) formindskes og i bedste fald forhindres, ved at få inddraget alle samarbejdspartnere, fastansatte og frivillige i den helhed som eventen udgør. Havde udviklingsgruppen, der har fokus på motionsdelen, haft et større indblik i etableringen af sikkerhedsforanstaltninger på enkeltstartsruten, kunne de måske have hjulpet med at forudse de problematiske strækninger på ruten, da de har erfaring med at cykle i området. På samme vis kunne flere af disse problemstillinger være undgået, hvis alle implicerede medarbejdere og frivillige havde haft indblik i planlægningen. Ellert et al. (2015) anbefaler, at der gøres brug af forskellige samarbejdspartnere – herunder også frivillige – for at imødekomme problemstillinger, fordi der i et bredt samarbejde består forskellige kompetencer.

Før de frivillige i højere grad kan udgøre en endnu større og givende nøgle-ressource for organisationen, der ikke kun er uundværlig i ideudviklingen men yderligere kan være afgørende for eventens afvikling, kræver det, at de vil engagere og involvere sig i Cyklos planlægning. Herefter kan de eksempelvis være behjælpelige med at imødekomme problematikker, som dem vi har set i publikumsevalueringen fra 2015. De følgende analysedele har til formål at klarlægge, hvilke bevæggrunde de frivillige har til at deltage i planlægningsfasen af Cyklo 2016, således vi kan uddrage nogle designkrav til vores digitale produkt, hvis formål er at involvere og dermed motivere de frivillige.

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

I ovenstående del af analysen fandt vi, at de frivillige anses for vigtige nøgle-ressourcer i planlægningsarbejdet af Cyklo 2016, og at de skaber værdi for eventen via idegenererende brainstorme, og at projektlederen er overrasket over det niveau, de frivillige bidrager med. Dog viser en gennemgang af en publikumsevaluering af Cyklo 2015 (bilag 5), at de frivillige kunne have været inddraget i højere grad i forhold til tidstagningen, forsinkelser og manglende eksternt kommunikation, der slår Cyklos identitet fast. Herunder også manglende sikkerhedsforanstaltninger på ruten og det officielle Cyklo-crews manglende brug af cykelhelme. Der igennem kan vi aflede, at det kan være fordelagtigt at involvere de frivillige i højere grad, hvilket giver substans til dette speciales fokus. Samtidig kan vi aflede, at et relevant designkrav til vores produkt er et element, der sikrer, at alle implicerede medarbejdere er informeret om Cyklos værdisæt, således alle er klar over, hvad der skal kommunikeres ud.

Den følgende del af analysen udgør en yderligere forståelse af de frivillige med et fokus på, hvilke typer af frivillige der er hos Cyklo. Det er relevant for os at opnå en forståelse for dette, da det er et led i at forstå hvor meget tid og engagement, de frivillige lægger i arbejdet. Dette er ligeledes et middel til at finde frem til de designkrav, der skal implementeres i løsningsforslaget til det digitale oplevelsesprodukt.

FORSTÅELSE AF DE FRIVILLIGE: Kategorisering af de frivillige

Før analysen tager fokuspunkt i, hvordan de frivillige i udviklingsgrupperne motiveres, er det relevant at kategorisere de frivillige, der deltager i planlægningsarbejdet af Cyklo 2016. Kategoriseringen af de frivillige fortæller os, hvilke typer af frivillige Cyklo arbejder med, samt hvor meget tid og engagement de lægger i det frivillige arbejde. Ifølge Boll et al. (2012) kan frivillige deles op i fire typer: nysgerrige, loyale, tovholdere og kernefrivillige. Forskellen på disse typer kan ses i forhold til det tidsforbrug, der lægges i arbejdet samt i mængden af ansvar og arbejdsopgaver, den frivillige påtager sig. Ved vores fokusgruppeinterview spurgte vi Steen, Søren og Bo om, hvor meget tid de hver i sær havde lagt i arbejdet ved planlægningen af Cyklo 2016:

ML: [...] Kan I sætte ord på, hvor mange timer I har lagt i arbejdet, sådan cirka [...] hvis vi nu siger ugebasis siden vi startede tilbage i september?

TA: Ja, det må det være

PB: Har I overhovedet en fornemmelse?

ML: Ja, har I overhovedet en fornemmelse?

SP: Nej

BL: Nej

[...]

PB: Er det ved møderne, at I har lagt jeres timer, altså når der har været nogle møder eller hvordan?

SP: Primært

ML: Primært, øhm

SP: Når Thomas har råbt op og..

(Bilag, 12, minut 03:00-04:00, 04:00-05:00 og 05:00-06:00)

Vi bliver fortalt, at Bo og Søren ikke har en fornemmelse af, hvor meget tid de har brugt (bilag 12, minut 04:00-05:00), men at de primært har deltaget aktivt i Cyklo, når projektlederen har indkaldt til møde. Bo og Søren udfører derved hvad Boll et al. (2012) omtaler som stabilt arbejde, hvor de kommer, når der

er brug for dem. Deres ansvars- og arbejdsområder er på den måde ikke omfangsrigt. De to mænd kan derved kategoriseres som loyale frivillige. Denne slags frivillige bruger ganske lidt tid på aktivt arbejde, og deres primære formål er at løse de knapt på kompetencekrævende opgaver, der bliver tildelt dem (Boll et al., 2012).

Steen er modsat de to andre mænd meget bevidst om, hvor mange timer han har lagt i sit arbejde for Cyklo 2016. Han pointerer, at han har regnet det sammen til at være omkring 20 arbejdsdage, hvor han tilmed har haft otte af sine ansatte til at arbejde sammen med ham. I alt har han benyttet hvad der svarer til cirka en månedsløn (bilag 12, minut 04:00-05:00). Desuden fortæller Steen os, at han ud over møderne med udviklingsgrupperne har haft enkeltmandsmøder med projektlederen, hvor formålet har været at diskutere Steens rolle, arbejdsopgaver og ansvar i forbindelse med at videodokumentere Cyklo. Dette fortæller os, at Steens frivillige arbejde er mere krævende i forhold til både specifikke kompetencer og tidsforbrug, og at arbejdet primært er rettet mod et enkelt projekt: videoproduktion i forbindelse med Cyklo. Ud fra denne viden kan han kategoriseres som tovholder, der har et højt timeforbrug og som er tillagt en stor mængde ansvar for en specifik del af planlægningen. Vores strukturerede interview via mail med Sjaja påpeger, at hun ligesom Steen har en klar fornemmelse af, hvor meget tid hun har lagt i arbejdet: "Indtil videre har jeg brugt ca 50-70 timer, måske mere. Er dog blevet projektansat i 5 uger, så fortsætter som lønnet og ikke frivillig" (bilag 15). Det høje antal timer hænger sammen med, at hun nu er blevet ansat. Ud fra Sjajas arbejdsindsats som frivillig kan vi kategorisere hende som værende kernefrivillig, da tidsforbruget er højt og hendes ansvar omfavner flere projekter, hvilket nu har resulteret i en betalt ansættelse. Denne progression Sjaja har oplevet, stemmer overens med Boll et al. (2012), der forklarer, at når mængden af tidsforbruget og ansvarsniveauet stiger, så stiger den frivillige ligeledes i kategoriseringen.

Det er interessant, at to ud af de fire frivillige kan kategoriseres som loyale

frivillige, hvis arbejdskraft er stabilt men kompetence-, tids- og ansvarsniveau er tilpasset efter projektlederens behov for hjælp, mens de to sidste frivillige lægger flere timer i arbejdet, har mere ansvar og kategoriseres som henholdsvis som tovholder og kernefrivillig. På trods af at vi kun har haft kontakt med fire frivillige, kan vi allerede her se tre ud af de fire forskellige frivillighedstyper repræsenteret. Fordelt ud på de to udviklingsgrupper sidder 15 frivillige, og hvis vandende er delt på samme måde hos de resterende frivillige, er der en tendens til, at halvdelen af de frivillige kun er involveret og engageret i planlægningsarbejdet i lavere grad. Derved er ikke alle de frivillige informeret og inkluderet på samme niveau. Det er dog meget naturligt, at et projekt dækker over flere frivilligroller (Boll et al., 2012), og det kan sagtens være en fordel, da de dækker over hvert deres indsatsområde. Den frivillige der lægger mange timer i sit frivillige arbejde er lige så vigtig som en frivillig, der kun lægger få timer i arbejdet (Boll et al., 2012). Problematikken ligger dog i, at alle Cyklos frivillige ikke får samme information og derved ikke har samme forståelse for Cyklo 2016, og at dette udgør et ustabil udgangspunkt for en succesfuld eventplanlægning. Getz (2012) pointerer, at det er nødvendigt, at alle implicerede arbejder mod det samme mål, og at der er forventningsafstemt fra eventplanlægningens start. Arbejdes der ud fra forskellige forståelser for eventen, fordi ikke alle er blevet informeret optimalt, kan der let opstå misforståelser og problematikker (jf. Ellert et al., 2015) – hvilket vi har set belyst i publikumsevalueringen. Yderligere er det relevant at involvere de frivillige i højere grad og give dem medbestemmelse i arbejdet med Cyklo, da det ifølge Boll et al. (2012) øger de frivilliges lyst til at stige i frivillighedskategorierne, hvilket derved øger arbejdskraften og engagementet i det frivillige arbejde. Som eksempel herpå kan den kvindelige frivillige Sjaja nævnes, der som nævnt har rykket sig fra at være kernefrivillig til nu at være fastansat. Ifølge Boll et al. (2012) sker motivationen ved, at de frivillige i højere grad bliver involveret i arbejdet. Jo mere involveret den frivillige føler sig, jo mere motiveret bliver den frivillige. Involvering afføder derved motivation. Det interessante er, at ifølge Ryan og Deci (2000) sker en involvering ikke af sig selv. Lysten til involvering kan ikke

skabe motivation, fordi motivationen kommer et andet sted fra. Ryan og Deci (2000) påpeger derved, at en frivillig ikke motiveres af at blive involveret, da motivationen udspringer fra nogle helt basale behov i individets sociale liv, der skal opfyldes først.

På trods af at de to teorier ikke er enige i deres beskrivelse af, hvornår motivation og involvering opstår, giver de os en forståelse af, at begge elementer er centrale. I forhold til vores digitale løsningsforslag er det centralt at have fokus på de faktorer, der motiverer og involverer de frivillige i udviklingsgrupperne i Cyklo. Et kendskab til disse faktorer giver os en forståelse for, hvorledes vi skal motivere og involvere de frivillige i arbejdet med Cyklo.

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

Ud fra ovenstående analysedel har vi fundet, at der blandt de fire frivillige er to loyale frivillige, der primært deltager i arbejdet, når projektlederen henvender sig. Samtidig med er der en tovholder, der har ét specifikt arbejdsområde, hvortil han og nogle medarbejdere har investeret omtrent 28 timer. Yderligere er der en kernefrivillig, der har investeret 50-70 timer i arbejdet, hvilket har resulteret i en lønnet projektlederansættelse, der rummer flere forskellige ansvarsområder. Analysen viser, at et designkrav må være, at vores produkt skal favne bredt, fordi det skal imødekomme forskellige forudsætninger, behov og tale til personer, der har hvert sit niveau af engagement.

Netop det faktum at vores produkt skal favne bredt, viser sig i den følgende del af analysen, hvor formålet er at skabe en forståelse for de motivationsfaktorer, der ligger til grund for de frivilliges deltagelse i planlægningsfasen. Der opsummeres afslutningsvis ved hvert individuelt afsnit.

FORSTÅELSE FOR MOTIVATION: Kompetenceforståelse

Forståelsen for de typer af frivillige der er i Cyklo, er relevante for projektlederen at have kendskab til, da det fortæller om de frivilliges arbejdslyst og –indsats samt deres egne forventninger til det frivillige arbejde. Yderligere er det relevant for projektlederen at have kendskab til de kompetencer, de frivillige besidder. Et overblik over de frivilliges kompetencer vil sikre projektlederen, at den frivillige ikke skal bekymre sig om sit kompetenceniveau, hvilket vil give den frivillige en følelse af at kunne udføre et tilstrækkeligt og brugbart arbejde. Ifølge Ryan og Deci (2000) er dette et af de basale behov, der skal være til stede for, at et individ kan føle indre motivation. Yderligere er et overblik over de frivilliges kompetencer relevant i forhold til at kunne gøre brug deres kompetencer på bedste vis, hvilket ifølge Ellert et al. (2015) er værdiskabende for en event.

I og med de frivillige stiller deres kompetencer til rådighed for projektlederen, er det vigtigt, at han har kendskab til dem, og at han ved, hvordan kompetencerne kommer til sin ret i planlægningsfasen. Ifølge projektlederen har det været forskelligt, hvordan de frivillige har fordelt sig i de to udviklingsgrupper:

TA: Det er blandet, fordi nogle af dem kendte jeg på forhånd og vidste godt, det kunne være sjovt at få dem med i sådan en proces. Og til nogle lagde vi den også ud, og inviterede ud, hvor folk selv kom med det. Og det tror jeg egentlig har været en rigtig fin blanding. Fordi jeg tror, hvis man kun leder der, hvor man tror, man finder noget, så overser man noget. (Bilag 10, minut 06:00-07:00)

De frivillige har derved selv valgt at placere sig i de to udviklingsgrupper inden for henholdsvis motionsdelen og oplevelsesdelen. Projektlederen har ikke et større kendskab til hver enkel frivillig. I forhold til Steen har projektlederen dog et personligt kendskab til, hvad Steen har at relevante kompetencer, der kan bidrage til Cyklo. Steen fortæller, at dette bekendtskab var medvirkende

til at motivere ham til at blive frivillig: **SD:** [...] jeg kendte nogle herinde i huset, jeg kendte Theis, fra tidligere. **PB:** Ja? **SD:** Og har lært Thomas at kende så og så synes jeg bare det var helt oplagt" (bilag 12, minut 02:00-03:00). I fællesskab har projektlederen og Steen fundet det rette arbejdsområde til Steen. Steen fortæller yderligere, at han: "[...] synes bare, at det er et skide godt projekt" (bilag 12, minut 01:00-02:00). Han fandt interesse i projektet, fordi det passede godt med det han kunne, og at han var glad for at finde ud af, at der var behov for netop hans viden og kompetencer. Ryan og Deci (2000) pointerer, at grundlaget for iboende motivation fordrer, at individet har en følelse af, at dets kompetencer er tilstrækkelige til at løse vigtige og udfordrende opgaver. Der kan argumenteres for, at Steen på den måde muligvis havde en succesoplevelse sidste år og derfor så det som en mulighed igen at deltage aktivt i et arbejde, hvor han ved, at han er tilstrækkelig kompetent. Hertil kan det knyttes, at Ralston et al. (2005) fandt i deres studier, at personer ofte indgår i frivilligt arbejde, når de bliver givet muligheden for at bruge deres kompetencer til noget nyttigt. I forlængelse heraf påpeger Yeung (2004), at frivillige ofte finder motivation til ulønnet arbejde, når arbejdsopgaverne ligger i forlængelse af de kompetencer, de benytter i deres professionelle arbejde. Steens motivationsgrundlag kan derved placeres i Yeungs (2004) kort over frivillighedsmotivation i dimensionen Continuity (jf. figur 10, s. 43), da Steen har fundet det frivillige arbejde spændende, ved at arbejdet ligger i forlængelse af de kompetencer, han benytter i sin daglige praksis. Yderligere kan det argumenteres, at idet Steen benytter sine kompetencer til at give værdi til festivalen, placerer hans motivationsgrundlag sig også under Yeungs (2004) ydre motivationsfaktorer Giving (jf. figur 10, s. 43).

Ligeledes har projektlederen set nogle kompetencer hos Sjaja inden for eventudvikling og -planlægning som værende særligt bidragende til Cyklo 2016. Havde projektlederen i arbejdet med Sjaja ikke fået kendskab til hendes faglige kompetencer, ville disse muligvis ikke være blevet udnyttet optimalt i planlægningen og derved ikke have bidraget til eventens helhed. Det er der-

for essentielt, at projektlederen har kendskab til de frivilliges kompetencer for at kunne få det fulde udbytte af deres kunnen. Sjaja har fundet motivation i Cyklo ved både at udnytte sine kompetencer men også ved at få lov at udvikle sig og påtage et større ansvar ved at blive projektansat. Herved kan Sjajas motivationsgrundlag placeres i både Continuity og Newness dimensionerne (jf. figur 10, 43)

I forhold til Bo og Søren's kompetencer kommer de ikke så tydeligt til udtryk som Sjaja og Steens. Vi kan dog udlede af fokusgruppeinterviewet, at de begge motiveres af deres interesse for cykling, og derved kan det siges, at deres kompetenceområde ligger indenfor motionscykling og cykelaktiviteter i lokalområdet. Projektlederen fortæller os, at formålet med at gøre brug af frivillige i planlægningsfasen af Cyklo 2016 netop var at finde lokale kræfter, der kunne være ambassadører for projektet, samtidig med at der var brug for at blive genereret en masse gode ideer. Herunder var der brug for personer, der vidste noget om landevejs-motionscykling samt nogle der vidste noget om oplevelser, fest og farver (bilag 10, minut 01:00-02:00). Bo og Søren's kompetencer har derved ligget indenfor ideudviklingen for motionsdelen. Der kan argumenteres for, at Bo og Søren besidder flere relevante kompetencer, som ikke bliver anvendt, fordi projektlederen ikke har det samme kendskab til de to mænd, som han har til Sjaja og Steen. Havde projektlederen haft den fornødne viden om Bo og Søren's yderligere kompetencer, kunne han have aktiveret dem i højere grad med relevant arbejde, der kunne have motiveret dem til at bruge mere tid. Som tidligere beskrevet sker der en progression på tværs af de fire frivilligroller, når mængden af tid brugt på arbejdet stiger. På den måde ville Bo og Søren stige i frivilligkategorierne og derved indgå i en kategori, der i højere grad indeholder involvering og større ansvar. Det er dog ikke sikkert, Bo eller Søren har et ønske om at blive hverken tovholder eller kernefrivillig. Det er muligt, at de to mænd befinder sig godt i kategorien som loyale frivillige, og ikke har tid eller lyst til at lægge flere kræfter arbejdet. Hvis dette er tilfældet kan det siges, at Bo og Søren motiveres indenfor dimensio-

nen Distance (jf. figur 10, s. 43), hvor motivationen sker i kraft af, at det frivillige arbejde ikke er tvunget, og der kan lægges afstand til det, når den frivillige ønsker det.

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

Ovenstående analysedel viser, at det som leder er vigtigt at kende til de frivilliges kompetencer, da et sådan kendskab lader projektlederen uddelegere opgaver, der er passende for den frivilliges kompetenceniveau. Det er vigtigt at projektlederen kender til disse, da det viser sig, at motivationen øges, hvis den frivillige får lov til at arbejde med noget, der ligger indenfor den frivilliges kompetenceområde. Ovenstående analysedel belyser, at et muligt manglende kendskab til Bo og Søren's kompetencer måske har resulteret i, at de kan klassificeres som loyale frivillige, hvilket vi påpegede i analysedelen forinden: *Forståelse af de frivillige: kategorisering af de frivillige*. Omvendt kan de også være motiveret ved at have muligheden for at distancere sig fra det frivillige arbejde og på den måde kun lægge den mængde engagement i det, som de har tid til. Det modsatte gør det sig gældende for Steen og Sjaja, hvortil projektlederen måske i højere grad har haft kendskab til deres kompetencer og derfor har kunnet aktivere dem i opgaver og ansvarsområder, hvor de har kunnet udfolde sig, og på den måde blive klassificeret som henholdsvis tovholder og kernefrivillig. Gennem ovenstående analysedel har vi fundet, at vores digitale produkt med fordel kan indeholde et element, der lader de frivillige udtrykke deres kompetencer og på den måde give lederen muligheden for at tildele dem opgaver, der ligger inden for deres kompetenceområde. Ifølge det teoretiske grundlag skulle dette være en motivationsfaktor for den frivillige. Ligeledes har analysen vist os, at der skal være muligheden for at distancere sig fra produktet, således det imødekommer dem, der ikke har tid til at engagere sig i høj grad.

Den kommende del af analysen der tager sit fokus i passion og personlig interesse som motivationsfaktor, står ikke sammenskrevet med ovenstående

afsnit, der drejer sig om kompetenceforståelse på trods af, at de to bevægelsegrunde godt kan minde om hinanden. Dette skyldes, at vi ser kompetencer og personlig interesse som to forskellige ting. Det er muligt for et individ at have personlig interesse for noget, individet nødvendigvis ikke har kompetencer til. Modsat er det også muligt at have kompetencer for noget, som ikke nødvendigvis ligger inden for ens personlige interessefelt. I denne sammenhæng skal det forstås sådan, at de frivillige godt kan sidde med kompetencer, der ikke umiddelbart hænger sammen med den personlige interesse for deltagelse i planlægningen af Cyklo. Det betyder, at motivationsgrundlaget godt kan være et andet end ens kompetencer, og at de derfor er vigtige at få defineret for at få en fuld forståelse af de frivillige.

FORSTÅELSE FOR MOTIVATION: Passion og personlig interesse

I og med det frivillige arbejde er delt op i en motionsgruppe og en oplevelsesgruppe, bredes interessefeltet for det frivillige arbejde ud til flere individer. Cyklo indbyder derved de frivillige til at kunne finde motivation inden for både cykling og udvikling af festivalens oplevelsesdel. Dette skyldes at Cyklo, som nævnt tidligere, er en event der er slået sammen af to typer af events (jf. afsnittet *Cyklofestival: En multifunktionel type*). Projektlederen forklarer, at han ud fra sine erfaringer med flere lederstillinger har lært, at folk shiner mest, når de arbejder indenfor et felt, de har passion for (bilag 10, minut 08:00-09:00). Dette udsagn hænger sammen med Ralston et al. (2005) der påpeger, at motivation opstår, når omdrejningspunktet for arbejdet er noget, der af personlig interesse. Hertil kan der argumenteres for, at det er en paraplykategorisering for det, som både Yeung (2004) og Ryan og Deci (2000) kategoriserer som værende motivationsfaktorer. Dette skal forstås på den måde, at den individuelle personlige interesse kan være at få sine kompetencer anerkendt (jf. Ryan og Deci, 2000), at få nye bekendtskaber (jf. Yeung, 2004), at fremstå som en rollemodel (jf. Yeung, 2004), at opleve noget anderledes end det, som sker til hverdag (jf. Yeung, 2004) eller noget helt andet.

Sjaja fortæller, at hun fandt sin motivation i ønsket om at være med til at starte noget nyt op i Aarhus og så cyklofestivalen som en god mulighed:

Jeg ville gerne være med til at starte noget nyt op i Aarhus, så denne festival var en god mulighed. Jeg brænder ikke nødvendigvis for cykling, men jeg vil gerne være med til at skabe fede oplevelser i Aarhus. (Bilag 15)

I citatet gør Sjaja det klart, at selvom Cyklo er en cyklofestival, har hun stadig fundet en personlig interesse i eventen, da hun får mulighed for at skabe gode oplevelser i Aarhus. Cyklos delte interessefelt ses herved tydeligt. Yderligere

udtrykker Sjaja i ovenstående citat motivationsfaktorer indenfor flere dimensioner. Udover motivationsfaktorerne i forhold til udnyttelse af kompetencer og udvikling af noget nyt vi nævnte i ovenstående afsnit, kan der yderligere ses en motivation i forhold til at gøre noget godt for Aarhus. Dette hentyder til, at Sjaja har en tæt tilknytning til netop denne by, hvilket udgør en yderligere passion for det frivillige arbejde. Dette stemmer overens med Yeungs (2004) dimension Proximity. Denne tætte tilknytning til Aarhus kan yderligere betyde, at Cyklos udvikling udgør en personlig værdi for Sjaja, og hun derved også finder en motivation ved dimensionen Thought (jf. Yeung, 2004). Hertil kan dimensionen Action (jf. Yeung, 2004) yderligere tilknyttes, da det er motiverende for Sjaja at få lov til aktivt at handle og skabe nye oplevelser, da det kommer Aarhus til gode.

Bo udtrykker ligeledes passion og personlig interesse som motivationsgrundlag. Han fortæller, at han fandt sin personlige motivation i deltagelsen ved eventen sidste år, hvor han fandt det spændende at være med til at udvikle Cyklo 2016:

BL: Jeg synes det har været fedt at kunne være med til at øh og bygge noget op, øh [...] og lave et stort flot event, øh, nu var jeg også selv med i det sidste år og var egentlig ret imponeret selv over, i, i, i, i kraft af hvor, hvor små det var, hvor lækkert det egentlig var, hvor anderledes det var i forhold til andre cykelløb jeg har været med til, såeh, det tænkte jeg, at det synes jeg var fedt, og det kunne jeg godt tænke mig at prøve at være til at, til at, videreudvikle. (Bilag 12, minut 00:00-01:00 og 01:00-02:00)

Mens Sjaja bliver motiveret af at lave gode oplevelser i Aarhus, bliver Bo motiveret af at være med til at nytænke og udvikle et anderledes cykelløb, hvilket er inden for hans personlige interesse. Passionen indenfor motionscykling, som vi ser hos Bo, lægger sig ifølge Yeung (2004) sammen med motivationsfaktorerne Action, Newness og Thought. Disse faktorer ser vi i kraft af, at

Bo ser en personlig værdi i at nytænke motionscykling og dele glæden med mange andre via en festival, hvor han aktivt kan få lov at bidrage til udviklingen af et hel ny form for festival. Bo fortæller senere i fokusgruppeinterviewet, at han savner nogle konkrete opgaver, som han kan tage fat i og aflevere (bilag 12, minut 06:00-07:00). Dette viser yderligere, at Bo er motiveret af at kunne få lov til at være handlingsorienteret og deltage aktivt. Hertil påpeger Boll et al. (2012), at motivation yderligere fremstår, når arbejdsopgaverne er klart definerede, og når der er klare forventninger til, hvad der forventes af den frivillige.

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

Ovenstående analysedel understreger, at motivation opstår, når de frivillige får muligheden for at arbejde med noget, de har personlig interesse for, samt noget de har personlig tilknytning til. Herunder opstår motivation også ved at være aktiv med til at nytænke og udvikle anderledes koncepter. I forlængelse heraf bliver det pointeret, at der netop er et ønske om aktivt at kunne påtage sig opgaver, der kan arbejdes målrettet med. Dette giver anledning til at fastlægge et designkrav til det digitale produkt, der giver projektlederen muligheden for at fremlægge ledige opgaver, hvortil de frivillige kan melde sig på. Ligeledes pointerer afsnittet, at motivation opstår, når der er mulighed for at gøre noget aktiv for andre, som får glæde af det og på den måde dele ens personlige værdier.

Som et led i at forstå de frivillige tager den følgende del af analysen sit udgangspunkt i undersøgelsen af, hvordan nysgerrighed, selvrealisering og procesindblik ligeledes er motivationsfaktorer for de frivillige i Cyklo.

FORSTÅELSE FOR MOTIVATION:

Nysgerrighed, selvrealisering og procesindblik

Under fokusgruppinterviewet fortæller Søren og Steen, at deres motivation er drevet af nysgerrighed til henholdsvis selvrealisering og indblik i processens udfoldelse. At være drevet af nysgerrighed er ifølge Beck (2000) typiske bevægelsesfaktorer for at gøre noget eller tage del i noget. Nysgerrighed opstår, når et individ bliver opmærksom på et hul i dets viden, som ønskes at blive fyldt ud. Hertil påpeger Boswijk et al., (2012), at nysgerrighed kan være en emotionel reaktion på de omgivelser, et individ befinder sig i. I Søren's tilfælde finder han en nysgerrighed i netop at arbejde med noget anderledes og derved opleve noget nyt:

SP: Det er jo også en del af en personlig udvikling, jeg har været frivillig rigtig mange år i andre sammenhænge og engang imellem skal man også ud og opleve noget nyt for at tage noget andet med hjem, så det ikke helt bliver det samme hver gang. (Bilag 12, minut 03:00-04:00)

Ud fra ovenstående citat kan vi udlede, at Søren oplever det frivillige arbejde med Cyklo 2016 som et brud i sin hverdag. Dette er interessant, da det i et oplevelsesaspekt er afgørende for dannelsen af en oplevelse, at individet oplever noget andet end de vante rutiner, motiveres til at lade sig rive med og i sidste ende får udviklet sin erfaringshorisont og identitet (jf. Boswijk et al., 2012; Dewey, 1980; Jantzen et al., 2012). Det er derfor interessant, at Søren nævner en sammenhæng mellem den personlige udvikling og frivilligt arbejde, da der derved kan argumenteres for, at det frivillige arbejder skaber rammerne for en oplevelse (jf. Dewey, 1980) for de frivillige. Netop en udvikelse af erfaringshorisonten, der som nævnt er en følge af en oplevelse, er det der sker, når et menneske søger efter selvrealisering. Selvrealisering er, som Have (2000) forklarer det, noget der i højere grad end tidligere ligger os alle på sinde, idet de foran liggende basale behov er naturligt opfyldt, hvilket betyder, at Søren's nysgerrighed er typisk i dagens Danmark, hvor der kon-

stant søges efter nye oplevelser (Have, 2000; Jantzen et al., 2012). Søren's nysgerrighed kan derved knyttes sammen med Mashlows behovspyramide (1943; 1987), der i sit øverste lag indeholder behovet selvrealisering. Selvrealisering er behovet for at undersøge sit eget fulde potentiale, og på den måde ekspandere sin livshorisont. Ud fra ovenstående citat kan vi ligeledes udlede, at det Søren implicit ønsker af det frivillige arbejde, er det, den hermeneutiske tankegang beror på - erfaringsudvikling via nye oplevelser og erkendelser (jf. Gadamer, 2004; Jørgensen, 2013; Nicolaisen, 2007). Hertil kan det tilføjes, at Søren's udtalelse stemmer overens med Yeung (2004), der med sit kort over frivillighedsmotivation påpeger, at frivillige indgår i frivilligt arbejde, fordi de selv får noget ud af det – herunder, blandt andet, selvrealisering. Søren bliver derved motiveret via sin nysgerrighed både ved at tilføje værdi til Cyklo, ved at deltage aktivt i udviklingsarbejdet (Giving og Action, jf. Yeung, 2004), ved at få nye oplevelser og input i sin hverdag (Newness, jf. Yeung, 2004) samt ved at få udviklet sin erfaringshorisont (Getting, jf. Yeung, 2004).

Steen's nysgerrighed bunder i indblikket i eventens udviklingsproces. Han drives af nysgerrighed til, hvordan processen udfolder sig og finder det særligt sjovt at se, hvilke overvejelser der bliver gjort, og hvordan ideer bliver siet fra, imens andre opstår i en ny kontekst. Med egne ord beskriver han dette som: "[...] skide sjovt at se" (bilag 12, minut 02:00-03:00). I forlængelse heraf påpeger han, at han synes, det er spændende at følge med i planlægningsfasen, hvor ideerne opstår, og efterfølgende hvordan udfaldet af processen kommer til at se ud "in real life" (bilag 12, minut 03:00-04:00). Som nævnt tidligere motiveres Steen af at udføre den arbejdsopgave, der passer til hans kompetenceområde. Der kan herved pointeres at Steen motiveres af både at yde sin del til Cyklo og samtidig få mulighed for at få et indblik i udviklings- og planlægningsprocessen, hvilket kan overføres til Yeung's (2004) motivationsfaktorer Giving og Getting.

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

Ovenstående del af analysen viser en tendens til, at de frivillige finder deres motivation til deltagelse i planlægningsfasen ved den nysgerrighed der opstår, når de får et indblik i den bagvedliggende arbejdsproces – at de får et indblik i de til- og fravalg, der bliver taget. Dette giver anledning til at fastlægge et designkrav til produktet, der giver de frivillige det ønskede procesindblik. Yderligere viser analysen, at de drives af nysgerrighed til en potentiel selvrealisering og erfaringsudvidelse, hvilket er en afgørende faktor for at kunne få en oplevelse (jf. Dewey 1980). Analysen viser på den måde, at de frivillige finder motivation i faktorer, der lægger sig op ad hermeneutikken og dens tankegang om erfaringsudvidelse gennem nye oplevelser og erkendelser. I det nysgerrighed er en motiverende faktor, kan det være relevant at skabe et design, der i sig selv har til formål at pirre nysgerrighed, for på den måde at fange de frivilliges opmærksomhed.

Som det sidste led i at forstå de frivillige, og de motivationsfaktorer der ligger til grund for deres deltagelse i planlægningsarbejdet, tager analysen fat på det faktum, at de frivillige gerne vil inkluderes til at være en del af en helhed.

FORSTÅELSE FOR MOTIVATION: En del af en helhed

Sjaja fortæller, at det absolut vigtigste for hende i forhold til at opretholde motivationen er involvering i projektet samt mulighed for medbestemmelse (bilag 15). Getz (2012) påpeger, at det er vigtigt, at alle arbejder mod samme mål, og at det er vigtigt, at eventmanageren har overblik over alle de implicerede kompetencer, så de kan blive sat i spil (jf. Raj et al., 2013). Ifølge Ellert et al. (2015) kan dette blive problematisk, når der arbejdes med et bredt udvalg af samarbejdspartnere og ansatte. Som nævnt er Cyklo en event, der er slået sammen af to forskellige eventtyper, hvilket betyder et komplekst sammenspil af forskellige samarbejdspartnere og ansatte (jf. Bowdin et al., 2015), der er udvalgt til at kunne varetage et bestemt arbejdsområde, der passer til netop dem. I forhold til de frivillige i planlægningsfasen er der eksempelvis de to udviklingsgrupper, som udgør hvert deres interessefelt og arbejdsområde. Hvis alle parter ikke arbejder ud fra den samme forståelse for den helhedsoplevelse og det formål projektlederen ønsker for Cyklo, kan der opstå uventede problematikker grundet misforståelser (jf. Ellert et al., 2015). Forståelsen for eventens formål er ifølge Getz (2012) særlig central, hvorfor den også indgår som en af de tre dele eventens kerne består af. Getz (2012) nævner formålet, der er knyttet til den planlagte event, herunder også eventoplevelsen, som en af de vigtigste dele af eventens udvikling, og det første der skal afklares og afstemmes med alle de involverede ansatte og samarbejdspartnere, der er en del af Cyklo-teamet.

Eventens formål er ikke bare en del i sig selv, men hænger ifølge eventstudierne uadskilleligt sammen med selve omfanget af den planlagte event, og den oplevelse eventen frembringer. Det er derfor centralt, at der er et fælles kendskab og enighed omkring formålet og målet, blandt alle der arbejder sammen om at planlægge og afvikle Cyklo 2016. Getz (2012) forklarer, at forskellige typer af events og derved også forståelsen af formålet med en bestemt event er personligt og socialt konstrueret, hvilket kan være en udfordring i forhold til, at alle der arbejder med Cyklo skal forstå og arbejde ud fra samme mål. Moti-

onsgruppen kan have en forståelse af Cyklo som en sportsbegivenhed fuld af cykelløb og konkurrence, mens de frivillige i oplevelsesgruppen eksempelvis kan have en forståelse af Cyklo som en nytænkt form for festival, hvor formålet er at se nye og sjove muligheder med cyklen i fokus. Ingen af delene er forkerte, men udfordringen ligger i at få samlet begge forståelser i et fælles formål med eventen. Opleves der en uvished omkring Cyklos formål og eventens planlægning og afvikling blandt de frivillige, kan det eventuelt skyldes, at de ikke føler sig inkluderet i den viden, Cyklos fastansatte besidder.

Søren udtrykker et savn i forhold til kommunikation internt i udviklingsgrupperne, hvilket Bo markerer sig enig i (bilag 12, minut 08:00-09:00). Søren forklarer, at han ønsker at vide, hvem der sidder med hvilke arbejdsopgaver og hvorfor:

SP: [...] det er det jeg savner lidt det der, med at man ved lidt om hvad alle laver fordi lige præcis det du kan, eller det jeg kan, eller det nogle andre kan, det kunne måske godt være, at der var nogen over på den side [...] af bordet der godt kunne bruge det, ikke også, og hvis man ikke har den viden, så, så bliver det ikke sat i spil. (Bilag 12, 10:00-12.00)

Sørens savn fokuserer sig på, at hvis de frivillige og fastansatte ikke kender hinanden internt, kan de heller ikke benytte hinandens kompetencer og på den måde udvikle Cyklo i fællesskab. Netop hvad Søren giver udtryk for, at han mangler som frivillig hos Cyklo, er ifølge Ellert et al. (2015) problematisk i forhold til at give eventen mest muligt værdi i indholdet.

Som nævnt i afsnittet *Den komplekse struktur*, og som vi også har omtalt i forhold til værdien, der ligger i at gøre brug af frivillige, er det nyttigt at gøre brug af hver enkelt kompetence, som de frivillige og andre ansatte besidder. Før de frivilliges kompetencer kan benyttes optimalt, er det ifølge Ellert et al. (2015) afgørende, at de involverede har en fornemmelse af, hvem der er en del af

Cyklo-teamet, og hvem der skal kontaktes, hvis der stødes på en udfordring. Denne viden vil kunne opfylde Sørens behov:

SP: [...] jeg kunne måske godt lidt savne, at man vidste, hvem der arbejdede med det her [...] Og fik det til at lykkedes, [...] ikke fordi jeg nødvendigvis behøver at vide, hvad I laver, men jeg kunne godt tænke mig at vide hvem og hvorfor” (bilag 12, minut 08:00-09:00 og 09:00-10:00).

Steen svarer hertil, at et organisationsdiagram med kontaktdata kan være brugbart i forhold til at gøre det muligt for de frivillige at bruge hinanden uden om projektlederen. Netop denne tanke med at få indblik i organisationsstrukturen er også hvad Bowdin et al. (2015) nævner som gavnlige i forhold til eventplanlægningen. En sådan struktur giver et ind- og overblik over Cyklos organisationsstruktur, over organisationens frivillige, fastansatte og samarbejdspartnere, og hvem der sidder på hvilke arbejdsområder. Dette vil give de frivillige et indblik i den helhed de indgår i, i forhold til andre ansatte og arbejdsområder og på den måde imødekomme den hermeneutiske tankegang om del –og helhedsforståelse, som vi ønsker at indarbejde i vores digitale produkt. Søren kommer selv ind på denne helhed, da vi spørger til, om de frivillige savner at vide, hvad andre i Cyklo beskæftiger sig med: **SP:** Det skulle jo gerne blive en helhed et eller andet sted” (bilag 12, minut 08:00-09:00). Ligesom vi tidligere i analysen har beskrevet vigtigheden i, at en eventmanager har kendskab til sine ansattes kompetencer for at kunne knytte de rette opgaver til den enkelte frivillige (jf. Boll et al., 2012), kan der argumenteres for, at de frivilliges indblik i deres del af eventens helhed er motiverende på samme vis.

I forlængelse heraf bliver det pointeret, at de frivillige ser fordelene i at have face-to-face møder, hvor de kan følge hinandens arbejde. Det bliver foreslået, at man fordelagtigt kunne have et opstartsmøde, hvor de kan få sat ansigt på hinanden (bilag 12, minut 11:00-12:00), for på den måde at imødekomme ønsket om at få indblik i hvem der også sidder og arbejder med planlægningen

af Cyklo 2016. Hertil forsøger projektlederen at styrke det sociale fællesskab blandt de frivillige ved at inddrage dem i forskellige aktiviteter, herunder en julefrokost tilbage i november 2015, prøvekørsel af ruterne til Cyklo 2016 samt VIP-treatment til Grøn Koncert i Aarhus (bilag 10, minut 18:00-19:00 og 19:00-20:00).

OPSUMERING: Hvad fandt vi ud af?

Ovenstående del af analysen giver en bekræftelse i, at de frivillige bliver motiveret ved at være en del af en større helhed, hvor de har indblik i foreningens struktur, og hvor de har medbestemmelse. Hertil bekræfter denne del af analysen de tidligere analyseafsnit, hvor det er blevet påpeget, at motivation opstår, når der er mulighed for at få indblik i arbejdsprocessen, strukturen og den bagvedliggende organisation. På den måde bekræftes det, at designkravene om procesindblik og muligheden for at være medbestemmende i forhold til sine opgaver er relevante. I ovenstående analysedel påpeges det direkte fra en af de frivillige, at han ønsker at være en del af en helhed, og at han savner at vide, hvem der ligeledes arbejder i planlægningen af Cyklo. Dette fandt vi også tidligere i analysen, i afsnittet *Forståelse for de frivillige: Kompetenceforståelse*, hvortil designkravet om muligheden for at oprette en personlig profil, blev fastslået. På den måde bekræfter denne del af analysen, at der er relevans i at inddrage de hermeneutiske grundprincipper om del –og helhedsforståelse i vores digitale produkt, hvilket har været målet fra starten. Desuden pointeres det, at de frivillige ser fordelene i face-to-face møder, hvor de kan sætte ansigt på hinanden. Hertil forsøger projektlederen at igangsætte sociale arrangementer, de frivillige kan deltage i for at styrke det interne sammenhold. Det giver anledning til at inddrage et designkrav, der giver projektlederen mulighed for at offentliggøre disse arrangementer, således de frivillige altid kan se, om der er noget, de ønsker at deltage i.

Ovenstående analysedel viser, at den manglende fællesskabsfølelse kan skyldes manglende kommunikation mellem de frivillige. Dette giver anledning

til at fortsætte analysen med at undersøge, hvorledes den interne kommunikation folder sig ud, og hvordan dette er en essentiel del af at blive en del af en større helhed.

FORSTÅELSE FOR KOMMUNIKATION:

Primært en-vejs kommunikation

For at de frivillige kan opnå en forståelse af, hvem der arbejder med hvad og hvorfor, er det centralt at sætte fokus på kommunikationen mellem de frivillige og projektlederen, de frivillige og de fastansatte samt de frivillige internt. Ud fra vores fokusgruppeinterview med de frivillige i Cyklo kan vi se, at der er en mangel i forhold til kommunikationen mellem både udviklingsgrupperne indbyrdes samt i forhold til kommunikationen ud til resten af de fastansatte i Cyklo. I forhold til kommunikationen mellem de frivillige er der både blevet givet udtryk for et savn samtidig med, at det er blevet omtalt, at kommunikationen mellem de frivillige måske ikke behøver eksistere i højere grad. Der er derved delte meninger omkring kommunikationen hos Cyklo.

Steen, Søren og Bo gør det klart ved fokusgruppeinterviewet, at der ikke er nogen kommunikation mellem de frivillige indbyrdes:

ML: [...] hvordan har I oplevet at den, at kommunikationen mellem de frivillige har været, altså, hvordan har I kommunikeret, hvor tit har I kommunikeret og...)

BL: Slet ikke.

SD: Det tror jeg slet ikke, at vi har.

SP: Nej, jeg tror det har været meget en-vejs.

(Bilag 12, minut 07:00-08:00)

De frivillige har kun kontakt med hinanden, når projektlederen skriver en mail ud og indkalder til møder. Søren omtaler kommunikationen som værende en-vejs forstået således, at det er projektlederen, der styrer kommunikationen ved at sende mails ud om møder og arbejdsopgaver, de frivillige kan være behjælpelige med at få udført.

Sjaja har samme oplevelse men nævner hertil, at hun synes kommunikationen

ved møderne internt i udviklingsgruppen fungerer rigtigt fint, og at hun ikke føler et behov for yderligere kommunikation med de andre frivillige. I forhold til kommunikationen på tværs af de forskellige udviklingsgrupper oplever hun dog kommunikationen som svag men er igen ikke sikker på, om hun har behov for mere: "Nej jeg synes det fungerer fint at skrive sammen og så mødes engangimellem" (bilag 15). Ligesom Sjaja er Steen også tilfreds med den mængde kontakt, der er til de andre frivillige. Steen har ikke noget behov for at kende til alle andres arbejdsopgaver, men han synes tværtimod, at det er spændende blot at stå for sin egen del og først ved eventens afvikling se, hvordan alle delene spiller sammen. Yderligere ser Steen også en fordel i at bidrage med det han kan og ellers lade ledelsen styre resten: "**SD:** Det synes jeg i virkeligheden også er død-hensigtsmæssigt, at man sætter folk i stævne og så er der en dagsorden som er specifik og to-the-point, og så sidder man og forholder sig til det man nu bedst kan" (bilag 12, minut 07:00-08:00).

I forhold til kommunikationen mellem de frivillige og fastansatte i Cyklo gør alle vores interviewede personer det klart for os, at kommunikationen også her er svag. Det er igen gennem projektlederen, at alt kommunikation foregår. Kontakten til andre ansatte omtales som begrænset eller slet ikke eksisterende. Sjaja nævner hertil, at de fastansatte godt kan være interne i deres kommunikation, hvilket kan virke ekskluderende: "De fastansatte kan godt til tider være lidt for "interne" i deres kommunikation, og det gør, at man ikke altid helt forstår dem eller føler sig som en del af holdet" (bilag 15). Selv om Sjaja udtaler, at hun ikke behøver mere kommunikation med de andre frivillige og de fastansatte, så udtrykker hun alligevel i det ovenstående citat, at der er en del af Cyklo, som hun ikke føler sig inkluderet i. Hun finder dette problematisk i forhold til at få engageret de frivillige yderligere i Cyklo:

Jeg tror at hvis man lidt tidligere processen godt ved at der er nogle frivillige man gerne vil involvere i højere grad, så skal man være bedre til at introducere dem til MSF, kontoret og de andre fastansatte. Én ting er at komme ind til et

frivilligmøde en enkelt gang, men bliver man bedt om at engagere sig, være med til at arrangere Cyklo, så skal der en bedre introduktion til, så man lidt hurtigere får forbedret kommunikationen til de fastansatte. (Bilag 15)

Sjaja påpeger, at hvis de frivilliges skal engageres til at blive involveret i højere grad, så kræves der en forbedret kommunikation mellem de frivillige og de fastansatte hos Cyklo. At Sjaja alligevel fortæller, at hun ikke har et behov for mere kommunikation, kan skyldtes, at projektlederen formår at motivere hende ved aktiv brug af hendes kompetencer, som nævnt tidligere, og derved har opfyldt hendes behov for at føle sig inkluderet alligevel: "Thomas har været enormt flink og god til at involvere os" (bilag 15). Ifølge Sjaja er det den manglende kommunikation til resten af Cyklos ansatte, der er problematisk. Ved fokusgruppeinterviewet bliver der også udtrykt en tilfredshed over for projektlederen som eventmanager. Dette kan selvfølgelig skyldes, at projektlederen er til stede under interviewet, men vores helhedsindtryk af de frivillige, vi har været i kontakt med, har vist os, at de frivillige har det rart og hyggeligt i projektlederens selskab, og at de respekterer ham som leder. Projektlederen forklarer selv, at han gør, hvad han kan for at holde de frivillige motiveret til at deltage i planlægningen, ved at forsøge at involvere dem og følge op på deres ideer og tage dem med videre i processen:

TA: Det jeg synes, jeg gør, eller det jeg prøver på at gøre, må jeg hellere sige, for det er jo om det er sådan man føler det. Det jeg gør er det, at jeg prøver i hvert fald på at værdsætte det som folk de byder ind med. Det som jeg gør, det er, at jeg prøver at følge lidt op. (Bilag 10, minut 04:00-05:00).

I forlængelse heraf understreger projektlederen, at han forsøger at give de frivillige medejerskab og indflydelse i arbejdet, men påpeger yderligere selv, at det nødvendigvis ikke sikkert, at det han gør, er det rigtige. Han ser dog stadig kommunikationen i forhold til det faglige som tilfredsstillende, da det

har medført den nødvendige viden: "Jeg tænker at, ud for det kommissorium, der er for udviklingsgrupperne, der tænker jeg, at det faglige har egentlig haft det fylde, som i min verden er nødvendigt" (bilag 10, minut 09:00-10:00). De møder projektlederen har indkaldt til, har dermed kunne frembringe den viden, projektlederen har ønsket. Projektlederen mener derfor ikke, at hvis det handler om at få viden og input til ideudviklingen, at der behøver yderligere kommunikation. Problematisk er det dog, at det udelukkende er projektlederen, der har indblik i den viden, der ligger hos henholdsvis de frivillige og de fastansatte. Ifølge Ellert et al. (2015) betyder dette, at en masse viden går tabt. Eksempelvis kan udviklingsgruppen der står for motionsdelen besidde en masse tanker og ideer, som dem i oplevelsesdesigngruppen eventuelt kunne have haft nytte af i deres ideudviklingsproces.

OPSUMERING: Hvad fandt vi ud af?

Ovenstående analysedel viser, at vandene er delt i forhold til, hvordan kommunikationen opleves. Dog gøres det alligevel klart, at det udelukkende er projektlederen, der står for at kommunikere med de frivillige, og at han er mægler mellem dem. Den interne kommunikation i udviklingsgrupperne er ikkeeksisterende og ligger derfor ikke op til, at de skal samarbejde indbyrdes. Dette giver en forståelse af, hvorfor tidligere analyse har vist, at der er et ønske om i højere grad at være en del af en helhed. Ligeledes er kommunikationen mellem de frivillige og de fastansatte meget svag, og det påpeges, at denne skal styrkes, såfremt der er et ønske om at være inkluderet i højere grad. Manglende kommunikation opfordrer ikke til en følelse af del –og helhedsforståelse for de frivilliges position i planlægningsarbejdet. Derfor peger ovenstående analyse i retningen af, at det digitale produkt vi skal skabe skal være et kommunikationsværktøj, der binder de frivillige og de fastansatte sammen i højere grad. Dette giver anledning til at indarbejde et designkrav i produktet, der tillader de frivillige og de fastansatte at kommunikere på tværs af hinanden. Ligeledes viser ovenstående analysedel, at det stadig er relevant at fastholde ønsket om at inddrage de hermeneutiske grundprincipper om del –og

helhedsforståelse.

Idet den interne kommunikation tilsyneladende ikke er optimal, tager den følgende del af analysen fat på at undersøge, hvordan den interne kommunikation folder sig ud. Projektlederen fortæller os i den følgende del, at foreningens interne kommunikation har sit udgangspunkt i et projektstyringsværktøj, der i internt regi kaldes årshjulet.

FORSTÅELSE FOR KOMMUNIKATION: Projektstyring via årshjulet

Det er klart for os, at projektlederen udgør det kommunikative bindeled mellem de forskellige frivillige og de fastansatte, hvilket også er hans job i kraft af hans rolle som eventmanager. Ifølge Bowdin et al. (2015) er en eventmanagers opgave netop at udgøre dette bindeled og være den person, der har overblikket og samler alle trådene samtidig med at have kontakt til alle de mange forskellige frivillige, fastansatte og samarbejdspartnere, der skal trækkes ind. Raj et al. (2013) definerer en eventmanager som en person, der står for overblikket og kontrollen over processen, de ansatte og samarbejdspartnere, samt lokationen hvor eventen skal afvikles. Det er derfor projektlederens arbejde at have overblikket over det hele. Dette rummer en bred vifte af ansvarsområder, der, i og med at Cyklo som nævnt er en event sat sammen af to eventtyper, kan blive endnu mere kompleks, da eventen skal leve op til forventninger inden for begge typer. Thomas er af Muskelsvindsfonden blevet ansat til at være styrende projektleder for både Cyklo 2015 og 2016, hvilket betyder, at det har været hans ansvar at søsætte projektet og finde de rette samarbejdspartnere. Dette faktum stemmer overens med Bowdin et al. (2015), der forklarer, at planlægningen af en event starter ud fra en lille kerne af folk, herunder eventmanageren, som finder et formål, hvorefter arbejdsgruppen hurtigt øges i takt med, hvor mange forskellige arbejdsområder, der findes relevante at inddrage i eventen.

På samme vis er de personer der sidder i udviklingsgrupperne blevet en essentiel del for planlægningen af Cyklo, og i fællesskab med projektlederen har grupperne generet relevante ideer og koncepter til festivalen. Det kan derfor siges, at projektlederen har udvist tillid til de frivillige i udviklingsgrupperne ved at give dem styring og lade dem blive en afgørende del af ideudviklingen. Denne tillid er ifølge Ellert et al. (2015) vigtig i forhold til at skabe merværdi i eventen, da der her gøres brug af de frivilliges individuelle kompetencer og erfaringer, hvilket vi har været inde på tidligere. Flere af vores præsenterede

teoretikere forklarer det som værdiskabende at inddrage de frivillige både i forhold til udviklingen af eventens indhold og i forhold til at øge motivationen hos de frivillige (jf. Boll et al., 2012; Ellert et al., 2015; Getz, 2012). Det skal dog hertil siges, at der på trods af de frivilliges anerkendte og afgørende bidrag til eventens udvikling, er der stadig behov for en evenmanager til at tage de afgørende beslutninger og tage styring over processen. Dette er Steen enig i:

SD: På den måde, altså, det er jo en stram organisation i den forstand, og det er det sgu nok også nødt til at være ikke, altså, det er jo fint at man kan sætte mange i spil, og få hentet masse informationer og ideer hjem, men det skal jo koncentreret på en eller anden måde, så man kan uddrage de nødvendige lære af det, og få, få, og gjort de ting eksekverbar, ikke, altså hvis det bare, hvis det stadigvæk blev ved med at sidde og rotere rundt blandt nogle, nogle iderige hoveder, så. (Bilag 12, minut 12:00-13:00)

Som citatet beskriver, mener Steen, at det er givende at inddrage de frivillige i udviklingsprocessen og herved få flere ideer i spil. Det er dog stadig vigtigt, at der er en til at tage styringen over denne idegenerering og til at samle de bedste ideer op til videreudvikling.

I forbindelse med forståelsen af hvordan den interne kommunikation i Muskelsvindsfonden folder sig ud, nævner projektlederen, at der i sammenhæng med udviklingen af Cyklo benyttes et projektstyringsværktøj kaldet årshjulet. Dette årshjul sammenkobler Muskelsvindsfondens årlige events og giver et visuel overblik over, hvordan de forskellige events udvikles og afvikles på tværs af hinanden. Årshjulet er opdelt i faser for de enkelte events fordelt ud på året. Dette gør årshjulet til et styrende værktøj, der giver indblik i rytmen for Cyklos såvel som resten af Muskelsvindsfondens events (bilag 10, minut 10:00-11:00). Ved at gøre brug af et fælles årshjul, hvor alle fastansatte i Muskelsvindsfonden kan se, hvad andre ansatte arbejder med, gives der et overblik

og en mulighed for tilpasning i forhold til, hvordan det passer sammen med helheden i Muskelsvindsfondens arbejde. Med årshjulet er der et indblik i de forskellige events, der udgør delene i den større helhed, der er Muskelsvindsfonden. Projektlederen forklarer, at det giver nogle rytmer, som de ansatte må tilpasse sig efter, og der bliver derved arbejdet ud fra en forståelse af, hvad de andre medarbejdere laver.

Denne del- og helhedsforståelse som årshjulet lægger op til, er netop den forståelse vi ser som hensigtsmæssig at indarbejde i et produkt, der inkluderer og motiverer de frivillige. Det er derfor problematisk, når hverken Søren eller Bo kender til årshjulet og Steen kun har hørt det nævnt, men ikke kender til detaljerne omkring det.

ML: [...]kender I til årshjulet, som Muskelsvindsfonden bruger internt, har I hørt om det før?

BL: Nej

SD: Jeg har hørt om det

ML: Du har hørt om det, du har ikke hørt om det

SD: Ja ikke ned i detaljer, men jeg ved sådan i princippet hvad det handler om

PB: Mhm, hvad er det du har hørt om, i hvilken forbindelse [...] har du hørt?

SD: Jamen jeg har hørt det bare nævnt, at det er var et værktøj de bruger. (Bilag 12, minut 21:00-22:00 og 22:00-23:23)

Sjaja svarer ligeledes "nej" (bilag 12) til, om hun har kendskab til Årshjulet. Det kan virke paradoksalt, at årshjulet, der virker til at være et velfungerende og ikke mindst essentielt værktøj for de fastansatte hos Muskelsvindsfonden til at give ind- og overblik, ikke bliver delt med de frivillige. Dette fordi Boll et al. (2012) påpeger, at frivillige skal arbejde ud fra de samme vilkår som de fastansatte samt nyde de samme goder, da de arbejder for det samme formål

eller den samme sag.

Som nævnt er årshjulet, som projektlederen beskriver det, delt op i faser. Projektlederen forklarer, at starten på en nyt event starter lige efter afviklingen af en foregående event:

TA: [...] efter vores sidste afvikling, så starter vores udviklings-/evalueringssfase. Og det handler om, at vi opsamler data og spørger vores deltagere. Den starter jo i slutningen undervejs i et hvert arrangement, at vi samler [...] evalueringer ind fra vores deltagere. Vi samler evalueringer ind fra vores frivillige. Plus at vi evaluerer internt i afdelingen også. Det kan man sige, at det er første del, vi får nogle data ind på det. Det er jo rigtig godt i forhold til en optimeringsfase, jamen at sige, hvad er det sket, hvordan, hvad har impact været på de mennesker det er sket overfor og hvordan kan vi forbedre det. Det sådan meget lineær optimeringsfase i det. (Bilag 10, minut 10:00-11:00 og 11:00-12:00)

Årshjulet bliver kort nævnt som en del af Cyklos milestensplan (Bilag 4, s. 28), men har derudover ikke været at finde nævnt andre steder. Dette kan virke modsigende i forhold til projektlederen, der forklarer årshjulet som en særlig central og aktiv del af både Cyklos og Muskelsvindsfondens planlægningsarbejde.

Vi ser lignende projektstyringsværktøj hos både Bowdin et al. (2015) og Goldblatt (1997), der ligeledes taler om faser, der skal gennemgås i en eventudviklingsproces for at gøre det synligt, hvad der sker hvornår og hvorfor. Goldblatt (1997) forklarer faserne som værende vigtige i forhold til at optimere og effektivisere kvaliteten i arbejdet. Faserne fungerer afhængige af hinanden forstået således, at erfaringer fra de forrige faser kommer til at lægge som grundlag for udviklingen af eventens følgende faser. På trods af at de forskellige faser kaldes noget forskelligt, indeholder årshjulet hos Cyklo overordnet de samme

faser, vi har set hos Bowdin et al. (2015) og Goldblatt (1997). Projektlederen forklarer i det ovenstående citat, at efter en event er blevet afviklet, starter en udviklings- og evalueringssfase, hvor der indsamles evalueringer fra både festivaldeltagerne, de frivillige og de fastansatte. Her iblandt er publikumsevalueringen fra Cyklo 2015, hvilken vi tidligere har set på i afsnittet *Forståelse for de frivillige: Frivillige som nøgleressource*. Evalueringen starter allerede i slutningen af en event og bidrager til udviklingen af det efterfølgende event med de indsamlede data, evalueringen har medført. Ud over at kalde denne første fase for evalueringss- og udviklingsfasen, benævner han den yderligere som en optimeringsfase. Dette gør han i kraft af, at det netop er denne fase, der viser, hvilken virkning eventen har haft på både de deltagende, de frivillige og de fastansatte, og hvordan det kan forbedres ved næste event. Det er dermed gjort klart for os, at denne data- og erfaringsindsamling er særdeles nyttig viden for en eventudvikling, hvilket stemmer overens med både Bowdin et al. (2015) og Goldblatt (1997).

Den næste fase i Cyklos årshjul forklarer projektlederen som den "nytænkende innoverende fase" (Bilag 10, minut 11:00-12:00), hvor det indsamlede data fra den første fase som nævnt tages med i nytænkningen. Projektlederen forklarer, at der i starten af evalueringss- og udviklingsfasen bliver defineret nogle indsatsområder ud fra de informationer der er set i evalueringerne. Alle indsatsområder bliver noteret, og der afsættes midler og tid af til en løsning. Jævnfør Bowdin et al. (2015) og Ellert et al. (2015) er det i disse forskellige indsatsområder, det er relevant at inddrage de rette frivillige og samarbejdspartnere til at varetage de definerede opgaver, der passer til netop deres interesser og kompetencer. Projektlederen forklarer, at Cyklo har arbejdet særligt meget i den innoverende planlægningsfase, i og med at Cyklo er en ny event, der først opstod i 2015. Som nævnt tidligere har projektlederen derfor gjort brug af de frivillige i de to udviklingsgrupper til bidrage med deres viden og kompetencer indenfor enten motionscykling eller oplevelsesdesign, hvilket han har fået en udbytterig ideudvikling ud af. Projektlederen tilføjer, at

fordi Cyklo er en ny festival, har de frivilliges arbejde særligt ligget i denne nytænkende og innoverende fase: "Og det er jo nok også derfor, at jeg har brugt rigtig meget udviklingsgrupperne i det. Og haft en meget stor kreativ proces i det" (bilag 10, minut 12:00-13:00). Som nævnt i afsnittet *Cyklo: Hvad er det?* er Cyklo 2016 en del af hele formgivningsprocessen og udviklingen af Cyklo som festival. Der er derfor i Cyklo 2016 taget nogle valg omkring udskiftning og implementering af aktiviteter og tiltag for eventen, hvor både publikumsevalueringen og de frivilliges bidrag har været særligt givende.

De nye ideer og forbedringer tages med videre til planlægningsfasen, hvor projektlederen forklarer, at der her på baggrund af de foregående faser udføres en plan for, hvad der skal udvikles, optimeres, markedsføres og bygges. Planlægningsarbejdet fører videre over til afviklingsfasen: "som starter lidt før arrangementet, hvor det handler om, at nu trækker vi de frivillige ind og vi briefer dem, og vi bygger kaptajnerne og sektionscheferne op med det der skal til. Og så afvikler vi" (Bilag 10, minut 13:00-14:00).

Afslutningsvis fortæller projektlederen, at årshjulets fire faser ligeledes er inddelt i måneder, således der er overblik over, hvilke processer der er fordelt hen over de fire faser (bilag 10, minut 13:00-14:00 og 14:00-15:00). I forlængelse heraf beskriver han årshjulet som bestående af faser, der er afgørende for at stable et etableret arrangement på benene, da det viser de deadlines, der skal overholdes. Dette er en central del af årshjulets formål. Hertil visualiserer årshjulet også hele eventens omfang og udviklingsproces. Analysen har vist, at et sådant indblik i processen motiverer flere af de frivillige.

OPSUMMERING: Hvad har vi fundet ud af?

Ovenstående del af analysen belyser, at den interne kommunikation i Muskelvindsfonden tager sit udgangspunkt i projektstyringsværktøjet årshjulet. Årshjulet består af fire faser: udviklings –og evalueringsfasen, den nytænkende og innoverende fase, planlægningsfasen og slutteligt afviklingsfasen. Yder-

ligere er de fire faser fordelt ud på årets 12 måneder, således der dannes et overblik over de processer, der sker i løbet af arbejdet med event. Denne opbygning af årshjulet stemmer overens med tankegangen om de hermeneutiske grundprincipper om del – og helhedsforståelse. Det er derfor interessant at tage årshjulets virke med videre til løsningsforslaget, da en sådan opbygning imødekommer flere af de frivilliges motivationsgrundlag, der omhandler at få indblik i procesarbejdet. En implementering af årshjulet som projektstyringsværktøj, hvori de frivillige er inkluderet, ville være nyt og anderledes, da ovenstående analyse viser, at de frivillige ikke har et kendskab til årshjulet i forvejen.

Det følgende er en afsluttende opsummering på den gennemgåede analyse, for at samle op på de designkrav vi har fundet frem til, inden vi bevæger os videre i 4. og sidste iteration, hvor løsningsforslaget præsenteres.

OPSUMMERING PÅ ANALYSE: Krav til det digitale værktøj

Gennem vores analyse har vi dannet os en forståelse af de frivillige og deres motivation, hvilket har skabt indblik i den kontekst, vores digitale oplevelsesbaserede produkt skal implementeres i. Gennem analysen har vi ligeledes set, at mange udsagn har bekræftet de samme teoretiske forståelser, hvilket har gjort analysen kompleks og omfattende at finde kohærens i. Dog er vi kommet frem til nogle essentielle designkrav, som skal implementeres i produktet for at imødekomme vores ønske om at involvere og motivere de frivillige i planlægningsarbejdet af Cyklo 2016. De designkrav vi agter at indarbejde i vores digitale produkt, der skal involvere og dermed motivere de frivillige, er som følgende:

- Et designkrav der skal sikre, at alle arbejder mod de samme mål, og at alle er klar over, hvilke værdier der skal kommunikeres ud.
- Et designkrav der skal sikre, at produktet favner bredt, fordi planlægningsarbejdet rummer både loyale frivillige, en tovholder og en kernefri-

villig, der hver har deres engagement og motivationsfaktorer.

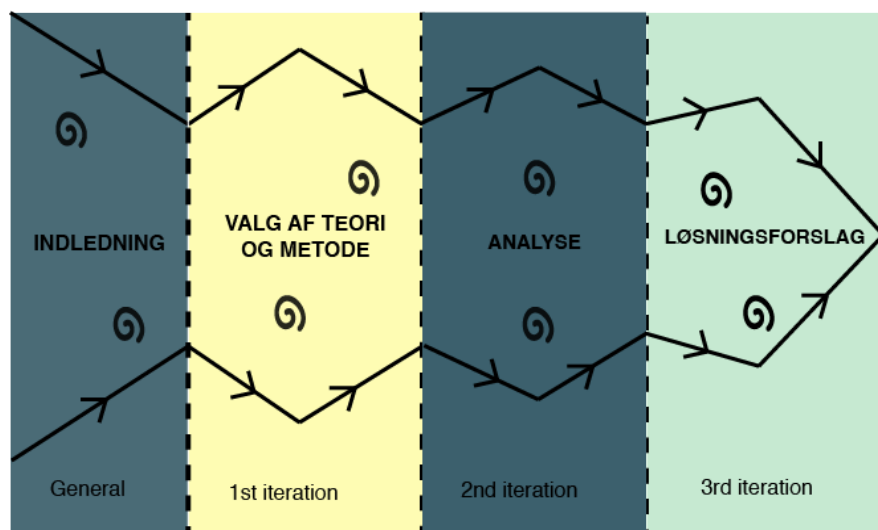
- Et designkrav der skal give mulighed for at kunne tilkendegive kompetencer, således lederen har muligheden for at uddelegere de rette opgaver til de rette frivillige.
- Et designkrav der skal give muligheden for, at de frivillige kan distancere sig fra produktet og dermed det frivillige arbejde.
- Et designkrav der skal give mulighed for, at projektlederen kan fremlægge ledige opgaver, der skal løses.
- Et designkrav der skal imødekomme de frivilliges nysgerrighed til den bagvedliggende arbejdsproces ved at give procesindblik
- Et designkrav der skal skabe helhedsoverblik over både processen og den frivilliges placering i arbejdet – herunder et overblik over andre ansatte.
- Et designkrav der skal imødekomme ønsket om at opleve noget anderledes, og på den måde medvirke til erfaringsudvidelse og selvrealisering.
- Et designkrav der skal give projektlederen mulighed for at offentliggøre sociale arrangementer, således de frivillige altid har kan se, om der er noget, de har lyst til at deltage i.
- Et designkrav der skal imødekomme øget kommunikation ved at give de frivillige muligheden for at kommunikere på tværs af udviklingsgrupperne.
- Et designkrav der skal tage udgangspunkt i årshjulets opbygning med fire faser og herunder månedsinddeling, for at imødekomme de hermeneutiske grundprincipper om del- og helhedsforståelse.

Med udgangspunkt i de ovenstående designkrav er målet at designe et produkt, hvor kravene i kombination med hinanden udgør en helhed, der i dens brug giver brugeren en oplevelse af at være inkluderet og dermed motiveret. Udgangspunktet i ovenstående krav gør, at vi ikke designer et produkt, der er ude af proportioner med virkeligheden. Hvordan designkravene indarbejdes i

faktiske elementer, specificeres i det følgende løsningsforslag, hvor der også argumenteres for, hvordan oplevelsesaspektet manifesterer sig i produktet.

4 LØSNINGSFORSLAG

I forbindelse med afslutningen af dette speciales analytiske del, bevæger vi os over i designprocessens tredje og sidste fase, hvor målet er at præsentere et løsningsforslag til vores problemformulering. Gennem analysen har vi draget nogle informationer, hvilke skal ses som designkrav, der skal implementeres i det digitale produkt, vi ønsker at skabe indholdet til. Vi kender til de frivilliges bevæggrunde for deltagelse i det ulønnede planlægningsarbejde, til deres motivation og til hvilke savn, de har i forbindelse med arbejdet. Den samlede information fra analysen vil i dette afsnit blive koblet sammen med tidligere præsenteret teori, herunder teori om oplevelser og designet af rammerne hertil (Boswijk et al., 2012; Dewey, 1980; Jantzen et al., 2012). Det er i vekselvirkningen mellem analysens svar og det relevante teori den hermeneutiske proces sker, og vi bevæger os tættere på et endeligt løsningsforslag.



Figur 14: Buxtons Funnel, gengivet med inspiration fra Buxton (2007, s. 149), viser her, at vi bevæger os ind i dette speciales sidste iteration, hvor løsningsforslaget præsenteres.

MÅLET ER MENINGSGIVENDE ERFARINGSUDVIDELSE

Målet med løsningsforslaget er at give de frivillige i Cyklo et digitalt værktøj, der skal kunne facilitere de identificerede designkrav, der er affødt af en forståelse for de frivilliges motivationsfaktorer. Samtidig skal det udgøre et kommunikativt og informativt forum og herved give de frivillige en inspirerende, motiverende, engagerende og meningsgivende oplevelse. Løsningsforslaget skal derfor formå at føre den frivillige, i interaktionen med værktøjet, gennem faserne i oplevelsens psykologiske struktur, hvor individet forandres, forundres og forvandles (Jantzen et al. 2012). Dette kræver elementer der udgør en sanselig tiltrækningskraft, der medfører en emotionel tilknytning og slutteligt udgør en meningsgivende oplevelse for den frivillige (jf. Boswijk et al., 2012; Dewey, 1980; Jantzen et al., 2012). Det digitale oplevelsesprodukt er derved ikke en oplevelse i sig selv, men oplevelsen opstår, når de frivillige interagerer og finder mening med produktets indhold. Ifølge Erhvervs- og Byggestyrelsen og Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi (2011) er der fem måder at anvende oplevelser på: 1) Produktet kan være en oplevelse i sig selv, 2) oplevelsen kan være integreret i produktet, 3) oplevelsen kan ske internt i en virksomhed, 4) oplevelser kan fungere som en del af salg og markedsføring, og 5) oplevelsen kan ske som en tillægsydelse. I dette speciale præsenterer vi et løsningsforslag, der har oplevelsen integreret i produktet via de designkrav og funktionelle elementer vi implementerer. Yderligere er den integrerede oplevelse designet til internt i Cyklo at: "[...] understøtte strategiprocesser, idéudvikling, teambuilding og rekruttering" (Erhvervs- og Byggestyrelsen og Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi, 2011, s. 30-31). Med vores løsningsforslag placerer vi os derved i to af de fem oplevelseskonstellationer.

Tidligere har vi argumenteret for, at vi i dette speciale har fokus på, at få samlet og implementeret det rette indhold og rammer til at facilitere en involverende og motiverende brugeroplevelse til de frivillige. Det er derved ikke det instrumentelle arbejde (jf. Hassenzahl, 2010; Hassenzahl og Tractinsky, 2006) med funktioner som knapper, former eller farver i det digitale produkt, vi

arbejder med (jf. afsnittet Den digitale oplevelse). I stedet arbejder vi med de elementer, Hassenzahl (2010) omtaler som be-goals samt de tre facetter Hassenzahl og Tractinsky (2006) beskriver: beyond the instrumental, emotion and affect og the experiential. Disse elementer handler om skabelsen af et unikt, æstetisk emotionelt tiltrækkende design, hvor der fokuseres på den subjektive meningsgivende oplevelse for brugeren, den frivillige. Det er netop en forståelse for det meningsgivende indhold til det digitale værktøj, vi har fået gennem den ovenstående analyse. Dette kan vi overføre til det første niveau i Garretts (2011) model (figur 9, s. 39), strategy, hvor de rette elementer og designkrav til at opfylde brugernes behov og ønsker findes og implementeres. Disse elementer udgør rammerne for en god oplevelse i og med, en oplevelse netop opstår ved, at individet i interaktionen med sine omgivelser (i dette tilfælde det digitale værktøj) tiltrækkes emotionelt og finder en mening i oplevelsesrammernes indhold (jf. Boswijk et al., 2012; Dewey, 1980; Jantzen et al., 2012). Vi er velvidende om, at det er gennem en nøje udvalgt sammenhæng mellem de udledte designkrav, at meningen skabes, da de enkelte elementer, ifølge Dewey (1980), ikke nødvendigvis giver mening i sig selv. Denne sammensætning sker på Garretts (2011) efterfølgende plan, scope, hvor det digitale produkts omfang formes ud fra det sammensatte indhold. Dette plan kommer vi dog ikke til at berøre, ligesom vi heller ikke kommer til at berøre de efterfølgende planer structure og skeleton, hvor der arbejdes med den strategiske og funktionelle opbygning af delementerne, hvilket Hassenzahl og Tractinsky (2006) omtaler som det instrumentelle. En redegørelse for hvordan dette gøres ideelt, vil kræve en anden afhandling med et andet teoretisk grundlag. Mere herom i den kommende reflekterende perspektivering.

Garretts (2011) femte plan, surface, er endnu et niveau, hvor der arbejdes med funktioner. På dette plan handler funktionerne dog om at udgøre et æstetisk tiltrækkende udtryk i sin helhed. Som nævnt arbejder vi ikke med former eller farver, men dette niveau er stadig centralt at have med i tankerne, da det er gennem brugergrænsefladen, der er mulighed for at se, det oplevelsesde-

signteoretiske grundlag udfolde sig. I og med vi ikke arbejder med funktionaliteten, betyder dette, at vi ikke har mulighed for at teste værktøjet tiltrækningskraft på de frivillige og derved ikke kan undersøge, om de frivillige opnår en meningsfuld oplevelse i interaktionen med det digitale værktøj. Vores grundlag for værktøjets virke i dette speciale bunder derfor i de designkrav, vi har fundet, der skal udgøre den æstetiske meningsdannelse for individet. Ifølge Jantzen et al. (2012) og Dewey (1980) handler en æstetisk oplevelse ikke om det ydre pynt i form af farver og former, men om den mening objektet indeholder for individet, der interagerer med det. Det er netop ud fra dette perspektiv, at vi i det følgende vil beskrive de elementer, vi ud fra de identificerede designkrav har fundet relevante at implementere i løsningsforslaget. Elementernes indhold har til formål at involvere og motivere de frivillige og igennem interaktionen med det digitale værktøj udvide den frivilliges erfaringshorisont og skabe en meningsgivende oplevelse.

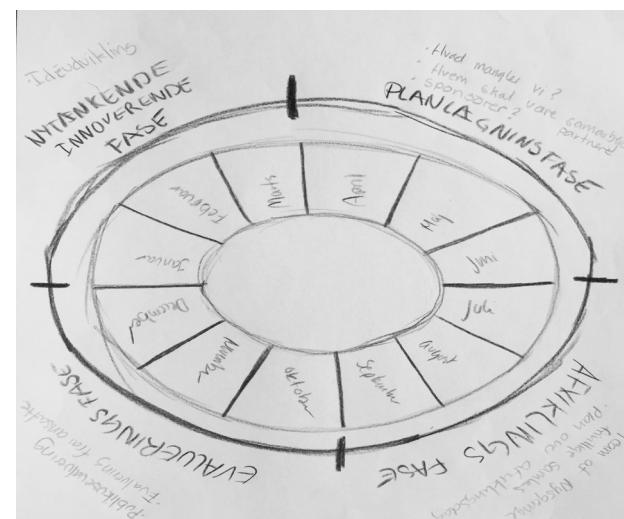
1. ELEMENT: ÅRSHJULET – GIVER DE FRIVILLIGE INDBLIK

I den sidste del af analysen fandt vi, at årshjulet anvendes i internt regi af de fastansatte i Muskelsvindsfonden, for at synliggøre foreningens arbejdsgang hen over året i forbindelse med deres forskellige arrangementer. Til trods for den vigtige funktionalitet hos Cyklo, er årshjulet dog ikke kendt blandt de frivillige. Da vi gennem analysen flere gange har set, at de frivillige på hver sin vis ønsker en form for overblik og helhedsforståelse af Cyklo, vil vi derfor skabe et re-design af dette årshjul, således hele udviklings-, planlægnings- og afviklingsprocessen tydeliggøres for alle Cyklos ansatte og derved skaber et helhedsoverblik. Herved opfyldes designkravet om at værktøjet skal tage udgangspunkt i årshjulets opbygning.

Formålet med at involvere de frivillige i højere grad i helheden, kan udfolde sig i sammenspil med implementeringen af de hermeneutiske grundprincipper om del og helhedsforståelse (jf. Gadamer, 2004; Jørgensen, 2013; Nicolaisen, 2007). Ud fra en hermeneutisk forståelse påpeges det, at et individ i højere grad forstår helheden, hvis individet forstår delene og ligeledes omvendt (Gadamer, 2004; Jørgensen, 2013; Nicolaisen, 2007). Ved at gøre brug af årshjulet som visualisering af Cyklos proces, får de frivillige mulighed for at skabe nye erfaringer ud fra forståelsen af deres del i Cyklos helhed, hvilket vil være meningsgørende for de frivillige. Som nævnt tidligere udgør årshjulet et overblik over årets måneder og fordelingen af de fire faser: evaluerings-/udviklingsfasen, den nytænkende innoverende fase, planlægningsfasen og afviklingsfasen, hvorfra arbejdsprocessen struktureres. Det er i denne opbygning af årshjulet, vi ser, at de hermeneutiske grundprincipper kommer til udtryk: Året brydes op i dele, der sammensat udgør et helhedsoverblik over årets gang. På baggrund af dette tager vores løsningsforslag sit afsæt i dette årshjul, som i sit design skal digitaliseres til en brugervenlig platform.

En yderligere grund til at vores løsningsforslag tager afsæt i at give de frivillige et indblik i Cyklos struktur og forskellige procesfaser, hænger sammen med

Goldblatt (1997) og Bowdin et al. (2015), der argumenterer for vigtigheden i at strukturere eventplanlægningen i overskuelige faser, der tillader både medarbejdere og samarbejdspartnere et indblik heri. I valget af årshjulet tillades de frivillige at få et detaljeret helhedsindblik i processen, hvilket vi gennem vores analyse fandt frem til er en motivationsfaktor for Cyklos frivillige. Ligeledes tillader årshjulet, at de frivillige får indblik i den progression, der er i planlægningsarbejdet. I kraft af netop progression i planlægningsarbejdet lægger årshjulets fase- og månedsinddeling op til, at værktøjet ofte skal opdateres og derved udgøre et dynamisk flow af informationer. Vores antagelse er, at i jo højere grad den frivillige medarbejder oplever at blive involveret og inkluderet, i jo højere grad motiveres den frivillige. Med årshjulet sker involveringen i høj grad på baggrund af dets fase- og månedsinddelt informations-flow, der giver den frivillige nye erfaringer til at skabe mening ud fra. Hertil kommer det, at de frivillige har muligheden for at lære noget nyt om en arbejdsproces, de formentlig ikke har kendskab til i forvejen. Nedenstående billede viser en skitse, der er udformet til at give en intern forståelse for årshjulets umiddelbare udseende og indhold:



Figur 15: Skitse af intern forståelse for årshjulets umiddelbare udformning. Dette understreges ved, at skitsen bevidst er lavet i sort og hvid, da dens egentlige udtryk med former, farver og funktioner ikke er besluttet endnu.

Ud fra den ovenstående beskrivelse kan vi se, at årshjulet imødekommer designkravet, der omhandler, at de frivilliges nysgerrighed til den bagvedlæggende arbejdsproces skal imødekommes ved at give procesindblik. Yderligere lægger re-designet af årshjulet op til at rumme et indhold af lærerige, erfaringsudviklende og meningsgivende elementer, hvilke Boswijk et al., 2012 og Jantzen et al., 2012 nævner som kriterier for en god oplevelse. Hertil imødekommes oplevelseskriteriet omkring det unikke (jf. Boswijk et al., 2012; Jantzen et al., 2012) ved, at de frivillige får et unikt indblik i hele Cyklos omfang.

2. ELEMENT: SNUP EN OPGAVE

Som en del af helhedsoverblikket, der skal give de frivillige indsigt i, hvordan processen skrider frem, skal det digitale værktøjet indeholde en mulighed for at se en beskrivelse af, hvilke arbejdsområder Cyklo omfatter og hvilke opgaver, der mangler at blive løst. Dette ser vi kan imødekommes ved at implementere en funktion, der eksempelvis kan hedde Snup en opgave. Denne funktion har til formål, at projektlederen kan lægge opgaver ud, således de frivillige kan se, hvor der mangler ledige hænder, og hvem der deltager i de pågældende opgaver. Dette element imødekommer designkravet der indebærer, at Projektlederen skal have mulighed for at fremlægge opgaver, de frivillige kan vælge at engagere sig i. Et sådan element giver de frivillige muligheden for at danne sig et overblik over, hvor den enkelte bedst kan benytte sine kompetencer eller hvor den enkeltes personlige interesse passer ind, hvilke vi i analysen har set som motivationsfaktorer. Ligeledes øger det muligheden for, at de frivillige kan arbejde på tværs af udviklingsgrupperne og på den måde blive en del af en større helhed. Inddragelsen af et sådant element i det digitale værktøj er sket på baggrund af en af de frivilliges ønsker om at have muligheden for at se, hvilke opgaver han potentielt kan bidrage til (jf. afsnittet Forståelse for motivation: Passion og personlig interesse), hvilket i hans optik vil motivere ham i højere grad til at deltage mere aktivt i planlægningen. Dette element vil derfor være meningsgivende for de frivillige, der motiveres

af selv at kunne vælge en spændende og passende arbejdsopgave. Dette imødekommer Ralston et al. (2005) der pointerer, at den frivillige i højere grad motiveres til at udføre det frivillige arbejde, hvis det omfatter noget den frivillige har passion for. Yderligere stemmer det overens med Ryan og Decis (2000) påstand om, at motivation udspringer fra individets følelse af at være selvbestemmende i forhold til, hvilke opgaver der udføres. Elementet faciliterer på denne måde Jantzen et al.s (2012) oplevelseskriterium omhandlende den personlige involvering ved, at det er den enkelte frivillige, der bestemmer, hvilke opgaver der er interessante. Yderligere åbner de forskellige arbejdsopgaver op for muligheden for at udforske de forskellige arbejdsområder, hvilke faciliterer Boswijk et al.s (2012) oplevelseskriterium, der omhandler mulighed for udfordring og aktiv deltagelse.

3. ELEMENT: PERSONKONTAKT – FORTÆL OM DIG SELV

Vi fandt i analysen, at et bedre kendskab til hinanden er ønsket af de frivillige, for på den måde at blive en del af en helhed og få en forståelse for de andres kompetence- og arbejdsområder. Hertil påpeges det, at en form for organisationsdiagram med kontaktdata på alle de frivillige og fastansatte medarbejdere i Cyklo kan være en løsning. Det er derfor oplagt, at designet skal indeholde muligheden for, at hver ansat (frivillig såvel som fastansat) kan indskrive personoplysninger, der eksempelvis fortæller, hvem den enkelte ansatte er, hvor den ansatte kommer fra, hvilken tilknytning den ansatte har til Cyklo, og hvilke interesse- og kompetenceområder den ansatte har. Dette kan ske via oprettelsen af en personlig side, hvor kontaktinformationer, personlige beskrivelser og tilknyttede arbejdsopgaver er lagret. Dette element i det digitale værktøj imødekommer designkravene om at opnå et overblik over Cyklos ansatte og muligheden for at tilkendegive kompetencer, hvilket motiverer og giver mening for Cyklos frivillige. Ved oprettelsen af en sådan side gøres det digitale værktøj personligt for den individuelle frivillige samtidig med, at designet bliver unikt og lægger op til aktiv deltagelse i den oplevelse, det digitale

værktøj søger at frembringe. Yderligere opfyldes Jantzen et al.s (2012) kriterium, der omfatter nærhed til oplevelsen, da de frivillige opnår en fornemmelse af at være en del af Cyklo-teamet. Hertil imødekommer designet Proximity-Distance-forholdet (jf. Yeung, 2004), da de frivillige er tættere på hinanden i den forstand, at de kender hinanden bedre, samtidig med at de til enhver tid kan lukke ned for forholdet, da værktøjet eksisterer på en digital platform. På denne måde imødekommes designkravet, der skal give mulighed for, at de frivillige skal kunne distancere sig fra det frivillige arbejde, når de har lyst.

Med de personlige profiler fremmes bekendtskabet mellem alle, der er involveret i Cyklo og giver et overblik over de forskellige ansattes opgaver og kompetenceområder - både i forbindelse med arbejdet i Cyklo men også i forbindelse med arbejde og fritidsaktiviteter udenfor Cyklo. Tilkendegivelsen af hvilke kompetencer den frivillige besidder i forhold til den specifikke event-proces, er en givende egenskab for designet. Det skyldes, at vi i det teoretiske grundlag kan se, at motivation opstår, når den frivillige medarbejder får tildelt opgaver, hvortil vedkommendes kompetencer er passende (jf. Boll et al., 2012). Ifølge Ryan og Deci (2000) opstår motivation, når et individ har en succesoplevelse, der viser, at ens kompetencer er tilstrækkelige til at udføre vigtige og udfordrende opgaver. Når projektlederen har et overblik over sine frivillige medarbejders kompetencer, formår han at uddelegere opgaver, der ikke er for krævende eller for udfordrende. Når en passende opgave tildeles, behøver den frivillige ikke bekymre sig om, hvorvidt vedkommendes kompetencer er tilstrækkelige (jf. Boll et al., 2012).

Desuden ser vi det som givende for Cyklo at give indblik i de frivilliges kompetenceområder, i forhold til at motivere de frivillige yderligere og derved engagere dem til eventuelt at stige i frivillighedskategorierne. Dette skyldes, at vi i analysen kan se, at to af de frivillige vi har været i kontakt med, Søren og Bo, kan kategoriseres som loyale frivillige (jf. afsnittet *Forståelse for de frivillige: Kategorisering af de frivillige*). Forventningerne til Loyale frivillige er, at

de bruger en begrænset mængde tid på arbejdet og at der ikke kræves et større kompetenceniveau indenfor den specifikke opgave (jf. Boll et al., 2012). Havde projektlederen haft muligheden for at kende Søren og Bos individuelle kompetencer bedre, ville de måske i højere grad kunne delagtiggøre sig i Cyklos udvikling og planlægning og derved involvere sig i yderligere. Overblikket over de frivilliges kompetencer imødekommes ved, at det digitale værktøj giver muligheden for at oprette en profil med kontaktinformationer og personlige kompetencebeskrivelser.

4. ELEMENT: START EN CHAT

I kraft af at værktøjet i højere grad skal bringe de frivillige tættere på hinanden, ser vi det derfor som oplagt, at værktøjet faciliterer muligheden for at kunne kommunikere på tværs af udviklingsgrupperne og på sin vis "bag om ryggen på Thomas" (bilag 12, minut 09:00-10:00). Dette kan imødekommes ved at implementere en chatfunktion. Et sådan element imødekommer designkravet om at øge kommunikationen blandt de frivillige og fastansatte i Cyklo ved at give muligheden for, at der på tværs af udviklingsgrupperne kan diskuteres og udveksles ideer i forbindelse med individuelle opgaver. Her vil de frivilliges ideer og kompetencer komme i spil i et fælles forum, hvilket vi kan se i det teoretiske grundlag, omhandlende eventplanlægning, er værdiskabende for en vellykket planlægningsfase (jf. Ellert et al., 2015; Getz, 2012). Dette element kan medvirke til, at en frivillig spontant bliver motiveret til aktivt at deltage i en samtale og bidrage til værktøjets oplevelsesværdi med sit nærvær og engagement. Dette stemmer overens med Jantzen et al.s (2012) og Boswijk et al.s (2012) kriterier til en god meningsgivende oplevelse, hvor individet i interaktionen med omgivelserne finder en lyst og interesse i aktivt at deltage og derved bliver medskabere af oplevelsen. Yderligere kan chatelementet, alt efter hvilke samtaler der begyndes, pirre nysgerrigheden, udfordre gamle forforståelse og udvide individets erfaringsgrundlag.

5. ELEMENT: KALENDER – HVEM SKAL HVAD HVORNÅR?

I forlængelse af ovenstående argumentation for online kendskab til hinanden og online chat-mulighed, er det dog relevant at understøtte, at de frivillige stadig ser det som en fordel, at have face-to-face møder, hvor der er mulighed for at møde og hilse på hinanden (jf. afsnittet Forståelse for motivation: En del af en helhed). Derved har vi set det som oplagt at implementere en kalender i designet, hvor der beskrives hvilke arrangementer og møder, der afholdes i løbet af årets forløb – både møder med eksterne samarbejdspartnere, interne møder og møder, der er tildelt de frivillige. Herunder også informationer om hvor møderne finder sted, hvem der deltager og hvad formålet med mødet er. Kalenderfunktionen er på den måde med til at give indblik i progressionen af eventudviklingen og tilføjer, i samme tråd som hele designet, indblik i, hvordan planlægningsfasen udfolder sig. Dette opfylder designkravet, der omhandler offentliggørelse af møder og sociale arrangementer. Med implementeringen af en kalender bringes de frivillige ligeledes i højere grad tættere på hinanden og imødekommer ønsket om at være en del af en helhed. Dette kan eventuelt være betydende for, at flere af de frivillige motiveres til at deltage i møderne og de sociale arrangementer, da de har et online kendskab til de andre ansatte. Det vil kræve en anden form for aktiv deltagelse, hvor den frivillige fysisk skal møde op, men formår kalenderen at lægge op til spændende informative møder og sociale arrangementer, kan det vække den nødvendige nysgerrighed, der fører til deltagelse. Med dette omfavnes designkravet, der omhandler muligheden for, at de frivillige kan opleve noget nyt og derved udvide deres erfaringshorisont, hvilket medvirker til selvrealisering. En god beskrivelse af mødet eller arrangementets indhold, vil kunne motivere og engagere de frivilliges personlige interesser, lysten til at lege med, lysten til at blive udfordret eller på anden vis lægge op til et møde, der giver mening for den enkelte frivillige, hvilke også nævnes som kriterier der indgår i en god oplevelse (jf. Boswijk et al., 2012; Jantzen et al., 2012). På denne måde vil kalenderen som element i det digitale værktøj bidrage til at inkludere den frivillige i Cyklo og derved, jf. Boll et al. (2012), motivere til yderligere engagement i eventarbejdet.

Desuden bidrager implementeringen af kalenderen til at opfylde de frivilliges ønske om stadig at vedligeholde forholdet til projektlederen som fungerende leder, der har styr på at samle alle trådene. Vi ser i analysen, at der udtrykkes et behov for, at der skal være en til at tage styring, således ideudviklingen ikke løber af sporet. Ifølge Raj et al. (2013) er det en eventmanagers opgave at stå for kontrollen over de involverede frivillige, fastansatte og samarbejdspartnere samt at sørge for, at eventprocessen formår at opfylde de planlagte mål og formål. Det er derfor vigtigt, at projektlederen gør brug af kalenderen til klart at udtrykke, hvilket formål hvert møde har og forventningerne til indholdet. På denne måde sætter projektlederen en struktur for mødet som de frivillige kan forholde sig til og deltage i, hvis det passer til deres interesse- eller kompetencefelt. Dette omfavner designkravet om, at det digitale værktøj skal favne bredt i og med, de frivillige motiveres forskelligt. Kalenderen kan både benyttes passivt til at give et indtryk af, hvad der sker i Cyklo eller aktivt ved, at det benyttes som motivationsfaktor for deltagelse og yderligere involvering.

6. ELEMENT: MÅL, FORMÅL OG VÆRDIER I FOKUS

Løbende gennem analysen er det blevet påpeget, at det er essentiel for en vellykket eventplanlægning, at alle involverede arbejder målrettet mod et fælles mål (jf. Ellert et al., 2015; Getz, 2012). I publikumsevalueringen (bilag 5) ser vi blandt andet en problematik i, at det ikke er alle Cyklos ansatte, der cykler med cykelhjelm under festivalens afvikling. I og med at Cyklo er en festival, der ønsker at sætte fokus på cyklen, og blandt andet henvender sig børnefamilier, vil det give et godt indtryk, hvis alle ansatte udviste samme værdigrundlag i forhold til brugen af cykelhelme. Vi ser det derfor som oplagt, at designet skal indeholde en funktion, der indeholder et forum, hvor Cyklos mål, formål og værdier klarlægges, hvilket imødekommer designkravet om tydeliggørelse af mål og værdier.

Modsat de andre beskrevne elementer det digitale værktøj skal indeholde,

som er udledt af de frivilliges fremlagte motivationsgrundlag og ønsker, er dette element udledt af en problematik i publikumsevalueringen. Det centrale for elementet er derfor ikke det motiverende og den aktive deltagelse, men derimod at få vigtig informationen kommunikeret klart ud til alle, da dette er givende for både eventudviklingen, -planlægningen og -afviklingen. Vi ser også hos Getz (2012), at det er centralt for en eventudvikling, at den rette information og forståelse for eventen og indholdet heri tydeliggøres for alle, da oplevelsen af eventen vurderes ud fra de forventninger, der er tilknyttet eventen. Det er derfor afgørende at få afstemt forventningerne, således der ikke opstår tvivl omkring eventens koncept. Dette er særligt vigtigt i forhold til Cyklo, der udgør et nyt festivalkoncept, som er sat sammen af to forskellige typer af events, hvilket kan medvirke til forvirring. I Publikumsevalueringen har vi set en problematik i, at en deltager ved Cyklo 2015 udtrykte en tvivl i forhold til, hvad hun skulle forvente af festivalen. For at festivalens kommende deltagere ikke skal forvirres eller skuffes over deres forventninger ikke er blevet opfyldt, er det derfor nødvendigt, at alle involverede i Cyklo er helt tydelige i den måde festivalen kommunikerer ud på – både op til og under eventens afvikling.

OPSUMMERING: LØSNINGSFORSLAGETS INDHOLD

Som tidligere nævnt er de ovennævnte elementer beskrevet som det indhold, der skal implementeres i det digitale værktøj for at virke motiverende og give mening for de frivillige. Værktøjets indhold har til formål, i sin endelige udformning og sammensætning, at facilitere rammerne for en erfaringsskabende og meningsgivende oplevelse for de frivillige. Værktøjet beror på det allerede eksisterende årshjul, da denne med sin faseinddeling stemmer overens med hermeneutikkens grundprincipper om del- og helhedsforståelse, hvilket giver de frivillige mulighed for at forstå deres del i Cyklos helhed. Yderligere har vi med løsningsforslaget imødekommet alle de udledte designkrav fra analysen, hvilket, foruden årshjulet, er implementeret i følgende elementer:

- En beskrivende oversigt over ledige opgaver, der kan være inspirerende eller interessante for den enkelte frivillige.
- En personlig profil der tillader den frivillige at skrive om sig selv, sine interesseområder og sine kompetencer.
- En chat-mulighed der faciliterer samarbejdet på tværs af udviklingsgrupperne og de fastansatte.
- En kalender der giver overblik over møder, formålet med mødet og hvem, der deltager i disse.
- Et forum hvor Cyklos mål, formål og værdier klarlægges.

Beslutningen om at lade tankegangen om årshjulet danne ramme om de fem ovenstående elementer er sket på baggrund af den foregående analyse, hvor vi har set, at netop de designkrav der ligger til grund for de seks elementer, har potentiale til at motivere og engagere de frivillige i eventudviklingen. Finder de frivillige mening i værktøjets indhold, kan dette være afgørende for, at de frivillige formår at få en erfaringsudviklende og meningsgivende oplevelse med at være frivillig. De frivillige kan ikke tvinges til at interagere med værktøjet og på den måde få en god meningsskabende oplevelse, hvorfor det er centralt at få implementeret de rette elementer, der formår at motivere og give

mening for de frivillige. Indholdet i løsningsforslaget befatter derfor elementer, der formår at vække nysgerrighed og interesse hos de frivillige og lægge op til spontan aktiv handling og personlig involvering.

Som vi har forklaret tidligere er vi velvidende om, at oplevelsesrammerne på en digital platform kræver mere end blot indholdet, da det handler om den samlede helhed i sammensætningen af funktioner. I den følgende reflekterende perspektivering vil vi se på, hvilke tiltag der potentielt kan drive designfasen frem mod et afsluttet design.

REFLEKTERENDE PERSPEKTIVERING

Formålet med følgende reflekterende perspektivering er at understrege, at vores speciale skal anses som første del, første iteration, af en længere designproces. Tidligere har vi argumenteret for, at vores speciale tager sit udgangspunkt i nederste plan, strategy, i Garretts (2011) model (figur 9, s.39), hvor formålet er at fastlægge brugeres behov og klarlægge, hvilke mål der ønskes opfyldt med brugen af produktet. Dette er sket gennem en forståelseskabende analyse af de frivilliges motivationsgrundlag, hvilket har resulteret i relevante designkrav, som vores digitale værktøj skal imødekomme. Designkravene er udmøntet i delelementer, der sammensat skal udgøre en fyldestgørende helhed, da det er heri, en faktisk oplevelse kan finde sted. For at denne helhed kan skabes, skal vores løsningsforslag tages til en videre designproces, hvor der lægges fokus på det æstetiske udtryk.

Med udgangspunkt i Pine og Gilmores (2011) model, experience realms (figur 7, s. 36), kan vores løsningsforslag på nuværende tidspunkt placeres i den uddannelsesmæssige sfære, da de frivillige får mulighed for aktivt at interagere med det digitale værktøjs indhold og derved udvide deres erfaringshorisont. Målet med det endelige digitale værktøj er yderligere at berøre sfærerne, der omfatter æstetik og eskapisme. Det æstetiske har vi indtil nu berørt i det omfang, at de elementer der er implementeret i løsningsforslaget er meningsgivende for de frivillige, hvilket Dewey (1980) påpeger, er det afgørende for en æstetisk oplevelse. I det videre arbejde hvor formålet er at sætte elementerne i sammenhæng med instrumentelle funktioner og farver, berøres det æstetiske felt i højere grad.

Et mål om at nå et mere dybdegående fokus på de instrumentelle funktioner i designet vil kræve en iterativ bevægelse fra første plan, strategy, til de overliggende planer, scope, structure og skeleton (figur 9, s. 39). Et fokus herpå

vil afføde et højere niveau af æstetik, idet der derved skabes en helhed i sammensætningen af indholdet og de instrumentelle funktioner og herved skabe rammerne, hvori den faktiske oplevelse kan udforme sig. Æstetikken ligger i de meningsgivende elementer, der i sammenspil med hinanden udgør en fun-gerende helhed (jf. Dewey, 1980; Jantzen et al., 2012). Denne helhed udfolder sig på niveauet, surface, og har mulighed for at afføde eskapisme, såfremt det æstetiske udtryk virker tiltrækkende på brugeren, og derved giver brugeren lyst til at lade sig opsluge og interagere aktivt med værktøjet.

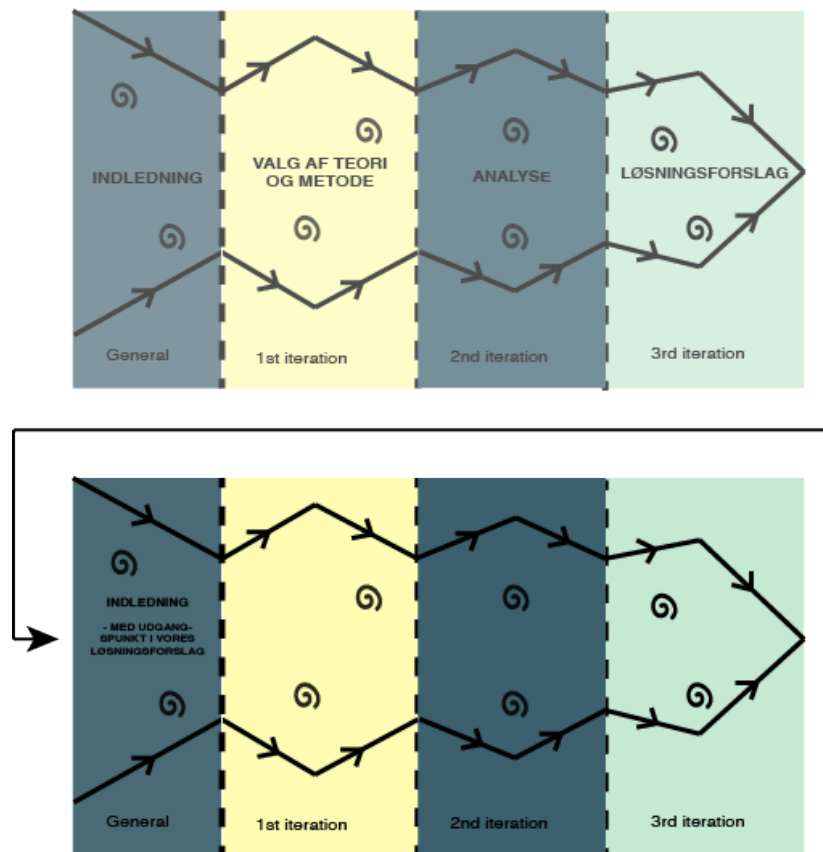
Den eskapistiske sfære er ikke mulig at berøre med nuværende udgangspunkt, fordi vi udelukkende har forholdt os til indholdet. Det fremadrettede mål med det digitale værktøj er, at det endelige design skal berøre den eskapistiske sfære, således de frivillige lader sig opsluge af Cyklos univers og lader sig rive med af oplevelsen, det digitale værktøj udgør. Før vi kan sige noget om, hvorvidt dette opnås, kræver det en implementering af produktet i organisationen samt afviklingen af en event, hvor produktet har været i brug i rette kontekst. Først herefter kan en evaluering foretages, hvor det undersøges, hvorvidt de frivillige har følt sig opslugt og revet med. Som oplevelsesdesignere kan vi ikke være sikre på, at de frivillige i interaktionen med det digitale værktøj bliver sanseligt og emotionelt tiltrukket i en sådan grad, at de får en oplevelse (jf. Dewey, 1980), der udgør en spontan opslugthed og herved berører den eskapistiske oplevelsessfære. Dette er afhængigt af den enkelte frivilliges erfaringsgrundlag og forforståelser, hvilket udgør udgangspunktet for den frivilliges måde at imødekomme og interagere med det digitale værktøj. Yderligere er det først gennem en evaluering muligt at be- eller afkræfte vores indledende antagelser om øget oplevelsesværdi ved en event, hvor alle implicerede medarbejdere, herunder også frivillige, har indblik i processen. Ved en sådan evaluering kan det også undersøges, hvorvidt de frivillige har fået oplevelsen af at være inkluderet, og hvorvidt deres motivation er øget.

I forbindelse med udviklingen af det æstetiske og eskapistiske plan og

herunder også udviklingen af produktets samlede helhed, giver det anledning til at skifte design-tilgang og i højere grad arbejde med de faktiske brugere – i dette tilfælde de frivillige i planlægningsfasen af Cyklo 2016. Et sådant skift vil i så fald lægge op til et skift i design-tilgang og dermed en ny placering i Sanders designmap (Sanders, 2008). Mens vi gennem specialet har argumenteret for, at vi har været placeret i research-led with expert mind-set, hvor forskningen har haft udgangspunkt i et teoretisk fundament (jf. afsnittet *Design-tilgang: Design-map*), er det en naturlig udvikling mod et brugercenteret produkt at placere sig i design-led with participatory mind-set. Her er tilgangen til designet i højere grad praktisk funderet, og de faktiske brugere anses for at være aktive co-creators. Med de faktiske brugere som co-creators ville vi i højere grad designe et produkt, der er i overensstemmelse med deres ønsker og behov i forhold til det æstetiske udtryk, og derved er chancen for at berøre den eskapistiske sfære formentlig højere. Eksekveringen af en tilgang med design-led with participatory mind-set kan eksempelvis udforme sig i workshops, hvor idéudvikling sker på baggrund af kreative metoder. Herunder eksempelvis en fælles udførelse af Buxtons 10+10 metode, hvor formålet er at generere 10 forskellige sketches af et designkoncept, hvorefter de mindst lovende koncepter frasorteres, og de bedste videreudvikles (Greenberg, Carpendale, Marquardt og Buxton, 2011). På den måde er de frivillige medvirkende til at skabe et endeligt design, de ser som tilfredsstillende for deres behov. En ideel eksekvering af en sådan workshop ville ske på baggrund af et oplæg, hvortil det forklares, at designet skal indeholde de designkrav, vi har identificeret gennem analysen.

Med en sådan videreudvikling af designet ville processen fortsætte videre i en ny iteration. Dette speciale har haft fokus på at gennemgå en designproces, hvor formålet har været at skabe forståelse for de frivillige og deres motivationsgrundlag samt identificere designkrav til problemformuleringens løsningsforslag. Et videre arbejde kunne tage udgangspunkt i en ny gennemgang af Buxtons Funnel (Buxton, 2007), hvor den indledende fase ville tage sin be-

gyndelse i vores løsningsforslag. Illustreret ville det se således ud:



Figur 16: Buxtons Funnel (Buxton, 2007), gengivet med inspiration fra Buxton (2007, s. 149), viser her, at det næste skridt i en videre udvikling af vores design kræver en videre designproces, hvor udgangspunktet er vores løsningsforslag.

Ovenstående figur (figur 16) viser, at det næste skridt i en videre udvikling af vores design kræver en videre designproces, hvor udgangspunktet er vores løsningsforslag. En sådan hermeneutisk iterativ tilgang tilvejebringer ny viden til os som designere, der kan indarbejdes i det endelige design. Det er i en sådan videre designproces, vi kan benytte os af eksempelvis føromtalt work-

shop metode, hvor der arbejdes med de frivillige som aktive medskabere. Det er foruden nye metoder også i en videre designproces, vi som designere kan inddrage nye teorier, der kan være behjælpelig til at skabe det endelige design. I vores tilfælde ser vi eksempelvis teorier om under- og overkodning, nudging, gamification og agil projektledelse, herunder scrum, som værende ideelle til at skabe en fyldestgørende æstetisk helhed, der i sin brug kan være med til at give de frivillige en anderledes og meningsgivende oplevelse, der involverer dem og dermed øger deres motivationsniveau.

Den netop skitserede fremgangsmåde af en fortsat designproces er en, vi potentielt også kunne have påtaget os i stedet for den, vi har gennemgået i dette speciale. Såfremt vi i højere grad havde haft mulighed for at være i kontakt med de frivillige i planlægningsfasen, kunne vi have indgået i en designproces, hvor vi anså dem som medskabere af løsningsforslaget. Dog ville vi stadig have haft udgangspunkt i en research-led tilgang (jf. Sanders, 2008), frem for en design-led tilgang (jf. Sanders, 2008), da det hele tiden har været i vores interesse at skabe et teoretisk funderet speciale. Yderligere er det begrundet af, at vi gennem vores proces med at finde relevant teori har set, at Garrett (2011) påpeger, at det er vigtigt at forstå sine brugere for at få skabt det bedste, meningsgivende indhold for dem. En forståelse af brugerne skal udarbejdes før den endelige udformning af designet skabes.

KONKLUSION

Målet med dette speciale har været at opnå en forståelse for frivilliges motivation til at arbejde ulønnet, for derved at udlede relevante designkrav for indholdet til et digitalt værktøj, der formår at facilitere en oplevelse for de frivillige i deres interaktion med værktøjet. Herunder har vi haft følgende problemformulering som omdrejningspunkt:

Hvordan kan de hermeneutiske grundprincipper om del- og helhedsforståelse implementeres i et digitalt produkt, der giver de frivillige oplevelsen af at være inkluderet og derfor motiveret i eventplanlægningen af Cyklo 2016?

Problemformuleringen er udsprunget fra en antagelse om, at oplevelsen af inklusion og motivation øges hos de frivillige i takt med, at de i højere grad får indsigt i eventplanlægningens forløb – forstår deres del af helheden – og derved føler sig inkluderet og yderligere motiveret til at engagere sig i det frivillige arbejdet. For at besvare denne problemformulering har vi fundet cykelfestivalen, Cyklo, interessant at inddrage som case, da vi her har set nogle problematikker, vi mener kan afhjælpes ved netop at give de frivillige et indblik i Cyklo som helhed.

I arbejdet med at finde et løsningsforslag til ovenstående problemformulering, har vi i brugen af casestudier som forskningsmetode fundet, at de tilhørende metoder, herunder interviews og gennemgang af publikumsevalueringen fra Cyklo 2015, har været givende i forhold til at frembringe empiri, hvorfra vi har kunnet drage relevante designkrav til vores digitale produkt. Ud fra interviews med Cyklos frivillige har vi fundet en motivationsfaktor i at blive inkluderet og samtidig hørt en efterspørgsel om mere helhedsforståelse – både i forhold til eventplanlægningen og kontakten med Cyklos andre ansatte og frivil-

lige. Hertil har vores valgte teori om motivation vist sig i høj grad at stemme overens med vores indsamlede empiri, da det også her pointeres, at frivillige motiveres af at blive inkluderet. I eventteorien ser vi det også som en afgørende faktor for en events udvikling og afvikling, at inddrage alle involverede i eventens helhed og derved øge den fælles forståelse for eventens helhedsoplevelse og formål. Yderligere har vi kunnet udlede, at de frivillige ligeledes motiveres af at få sat deres kompetencer i spil og udforske interesseområder, hvilket vi i vores teoretiske grundlag har set som et centralt element i forhold til de menneskelige behov for selvrealisering. Dette behov hænger uadskilleligt sammen med oplevelsesteorien, der er baseret på netop at udfylde behovet for meniggivende erfaringsudvikling via interaktionen med tiltrækkende oplevelsesrammer.

I vekselvirkningen mellem det udvalgte teori og indsamlede empiri har vi gennem analysen identificeret relevante designkrav til vores løsningsforslag, der i præsentationen heraf sættes i relation til oplevelsesdesigns grundprincipper omhandlede indholdets sanselige og emotionelle tiltrækningskraft, erfaringsudvikling og meningsdannelse for de individuelle frivillige.

Ud fra analysen har vi fundet, at løsningen på vores problemformulering ideelt kan være et re-design af projektstyringsværktøjet årshjulet, som allerede benyttes internt i Muskelsvindsfonden til at sætte deres forskellige arbejdsprocesser i system. I sin opbygning imødekommer årshjulet vores ønske om at indarbejde de hermeneutiske grundprincipper om del –og helhedsforståelse, idet værktøjet er inddelt i fire faser, der er fordelt ud over årets 12 måneder. Årshjulet formår at give et indblik i Cyklos helhed, og de frivillige har derved mulighed for at se deres del i cykelfestivalens større sammenhæng. På denne måde kan et re-design af årshjulet udgøre det værktøj, vi ønsker at give de frivillige og imødekomme deres ønske om at være en del af en helhed ved at give indblik i processen. Ligeledes kan de designkrav vi har identificeret via analysen implementeres i sammenhæng med årshjulet på en sådan måde, at

de imødekommer centrale oplevelsesdesignkriterier og derved skaber rammerne for en meningsgivende oplevelse. De elementer vi har identificeret, foruden årshjulet, til at imødekomme designkravene er følgende:

- En beskrivende oversigt over ledige opgaver, der kan være inspirerende eller interessante for den enkelte frivillige.
- En personlig profil der tillader den frivillige at skrive om sig selv, sine interesseområder og sine kompetencer.
- En chat-mulighed der faciliterer samarbejdet på tværs af udviklingsgrupperne og de fastansatte.
- En kalender der giver overblik over møder, formålet med mødet og hvem, der deltager i disse.
- Et forum hvor Cyklos mål, formål og værdier klarlægges.

Disse elementer har vi fundet relevante at inddrage, da indholdet heri er draget ud fra den forståelse, vi i analysen fået af de frivillige. Elementernes indhold er dermed meningsgivende for de frivillige i Cyklo, hvilket er relevant, da vi ud fra Dewey (1980) har set, at den æstetiske tiltrækning ikke handler om ydre pynt, men derimod om hvorvidt det digitale værktøj giver mening for den frivillige gennem interaktion. Det er med udgangspunkt i dette, at en oplevelse kan formes. I og med en oplevelse er subjektivt bestemt afhænger oplevelsen dog af, at den enkelte frivillige, i interaktionen med værktøjet som en helhed, finder indholdet sanseligt og emotionelt tiltrækkende på en sådan måde, at den frivillige oplever et brud i sin hverdag, finder indholdet interessant og danner sig nye meningsgivende erfaringer.

Dette speciale har omhandlet en undersøgelse i forhold til det digitale værktøjs indhold, hvorfor der ikke er præsenteret et endeligt designkoncept. I teorierne om oplevelser på digitale platforme har vi set, at det er relevant og afgørende for et digitalt produkt at gøre sig klart, hvilket indhold der giver mening for de brugere, der forventes skal interagere med produktet. Vi er klar over, at for

at de frivillige skal opnå en fyldestgørende oplevelse (jf. Dewey, 1980), kræves det, at indholdet opsættes i den rette sammenhæng med instrumentelle funktioner og i sin helhed udgør en æstetisk tiltrækning. For at det æstetiske udgangspunkt kan færdiggøres, og derved også det endelige design, kræves en fortsættelse af designprocessen med en ny iteration, hvor der i højere grad er fokus på designets funktionalitet og instrumentelle struktur. Det endelige digitale værktøj skal ikke ses som et oplevelsesprodukt i sig selv, men som et digitalt værktøj der i sammensætningen af meningsgivende elementer udgør rammerne for at facilitere en god oplevelse, der formår at inkludere og motivere de frivillige ved at inspirere og udvikle muligheden for erfaringsudvikling og selvrealisering.

LITTERATURLISTE

Allen, J., O'toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2005). *Festival and special event management* (third edition). Milton. John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Baarts, C. (2010). Autoetnografi. I: Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (Red). *Kvalitative Metoder – en grundbog* (s. 153-163). Danmark: Hans Reitzels Forlag.

Baum, T., Lockstone-Binney, L. & Robertson, M. (2013). Event studies: finding fool's gold at the rainbow's end?. *International Journal of Event and Festival Management*, vol. 4 (nr. 3), s. 179-185.

Beck, R. C. (2000). *Motivation – Theories and Principles* (fourth edition). USA: Prentice-Hall, Inc.

Boll, F. C., Alsted N. G., & Hald, J. M. (2012). *Frivilligkoordinering – hvordan og hvorfor? – En grundbog til udvikling af bæredygtige frivilligmiljøer* (s. 29-68). Danmark: Ankerhus.

Boswijk, A., Peelen, E., & Olthof, S. (2012). *Economy of Experiences* (third edition, s. 50-83 og 166-189). The European Centre for the Experience Economy.

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R & McDonnell, I. (2011). *Events Management* (third edition). Great Britain: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Buxton, B. (2007). *Sketching User Experience: getting the design right and the right design*. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers

Dewey, J. (1980): *Art as experience*. New York: Perigee Book.

Ellert, G., Schafmeister, G., Wawrzinek, D. & Gassner, H. (2015). "Expect the unexpected": New perspectives on uncertainty management and value logics in event management. *International Journal of Event and Festival Management*, vol. 6 (nr. 1), s. 54-72.

Flyvbjerg, B. (2010). Fem misforståelser om casestudiet. I: Brinkman, S. & Tanggaard, L. (red.) *Kvalitative metoder – en grundbog*. (s. 463-487). København: Hans Reitzels Forlag.

Gadamer, H-G. (2004). *Sandhed og Metode - grundtræk af en filosofisk hermeneutik*. Danmark: Forlaget SYSTIME

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (second edition). USA: New Riders.

Getz, D. (2012). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. (second edition). New York: Routledge.

Goldblatt, J. J. (1997). *Special Events: Best Practices in Modern Event Management* (second edition, s. 31-62). USA: International Thomson Publishing Company.

Greenberg, S., Carpendale, S., Marquardt, N., & Buxton, B. (2011). *Sketching User Experiences: The Workbook* (kapitel 5). Morgan Kaufmann Publishers.

Halkier, B. (2010). Fokusgrupper. I: Brinkmann, Svend & Tanggaard, Lene (Red). *Kvalitative Metoder – en grundbog* (s. 121-135). Danmark: Hans Reitzels Forlag.

- Hassenzahl, M. (2010). *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*. Morgan & Claypool Publishers.
- Hassenzahl, M. & Tractinsky, N. (2006): User experience – a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, Vol. 25. (2), s. 91–97.
- Haastrup, K. (2010). Feltarbejde. I: Brinkmann, Svend & Tanggaard, Lene (Red). *Kvalitative Metoder – en grundbog* (s. 55). Danmark: Hans Reitzels Forlag.
- Have, C. (2004). *Synlighed er eksistens*. København: ICMMs Forlag.
- Jantzen, C., Vetner, M., & Bouchet, J. (2011): *Oplevelsesdesign – tilrettelæggelse af unikke oplevelseskoncepter*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Jørgensen, A. (2013). *Wilhelm Dilthey*. Danmark: Forlaget ANIS.
- Klausen, K. K. (1990). *Organisatorisk inertie og mikrodynamiske processer – Ledelsesmæssige og organisatoriske processer i frivillige organisationer* (s. 20-28) København: Handelshøjskolen København, Det økonomiske Fakultet, Samfundslitteratur.
- Koch-Nielsen, I., Henriksen, L. S., Fridberg, T. & Rosdahl, D. (2005). *Frivilligt arbejde – den frivillige indsats i Danmark* (s. 93-108). København: Socialforskningsinstituttet.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, vol. 50 (nr. 4), s. 370-396.
- Maslow, A. H. (1987). *Motivation and Personality* (third edition, s. 15-31) USA: LONGMAN.
- Nicolaisen, F. R. (2007). *At være undervejs - introduktion til Heideggers filosofi*. Danmark: Forlaget KLIM.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (s. 1-51). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy - updated edition*. Boston: Harvard Business School Press
- Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. (2013) *Events Management – principles and practice* (second edition). London: SAGE Publications.
- Ralston, R., Lumsdon, L., & Downward, P. (2005). The third force in events tourism: Volunteers at the XVII Commonwealth Games. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 13 (nr. 5), s. 504-519.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, vol. 25, s. 54-67
- Sanders, E. (2008). An evolving map of design practise and design research. *Interactions*, vol. 6, s. 1-7.
- Sanders, E. (2006). Design Research in 2006. *Design Research Quarterly*, vol. 1, s. 1-8

Schechner, R. (2003): *Toward a Poetics of Performance*. I: Schechner, R.: *Performance Theory*. (second edition, s. 170-186). New York: Routledge.

Scupin, R. (1997). The KJ Method: A Technique for Analyzing Data Derived from Japanese Ethnology. *Human Organization*, vol. 56, s. 233 – 237.

Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. California: SAGE Publications

Tanggaard, L. & Brinkmann, S. (2010). Interviewet: Samtalen som forskningsmetode. I: Brinkmann, Svend & Tanggaard, Lene (Red). *Kvalitative Metoder – en grundbog* (s. 29-53) Danmark: Hans Reitzels Forlag.

Weinstein, N. (2014). *Human Motivation and Interpersonal Relationships – Theory, Research and Applications*. United Kingdom: Springer

Yeung, A. B. (2004). The Octagon Model of Volunteer Motivation: Results of a Phenomenological Analysis. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organisations*, vol. 15, (nr. 1), s. 21-46

HJEMMESIDER

Muskelsvindsfonden (2016). ¶ Organisationen, ¶ Vision: Plads til forskelle, ¶ Vedtægter. Lokaliseret d. 20.02.2016 på: www.muskelsvindsfonden.dk

PUBLIKATIONER

Center for frivilligt socialt arbejde (2014). *Den frivillige sociale indsats - frivilligrapport 2014*. Lokaliseret d. 09.04.2016 på:

http://www.frivillighed.dk/sites/frivillighed.dk/files/media/documents/publikationer/den_frivillige_indsats_frivilligrapport_2014_web.pdf

Erhvervs- og Byggestyrelsen og Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi (2011). *Vækst via oplevelser 2011 – en analyse af Danmark i oplevelsesøkonomien*. Lokaliseret d. 25.05.2016 på:

http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/37366588/bilag_samlet.pdf