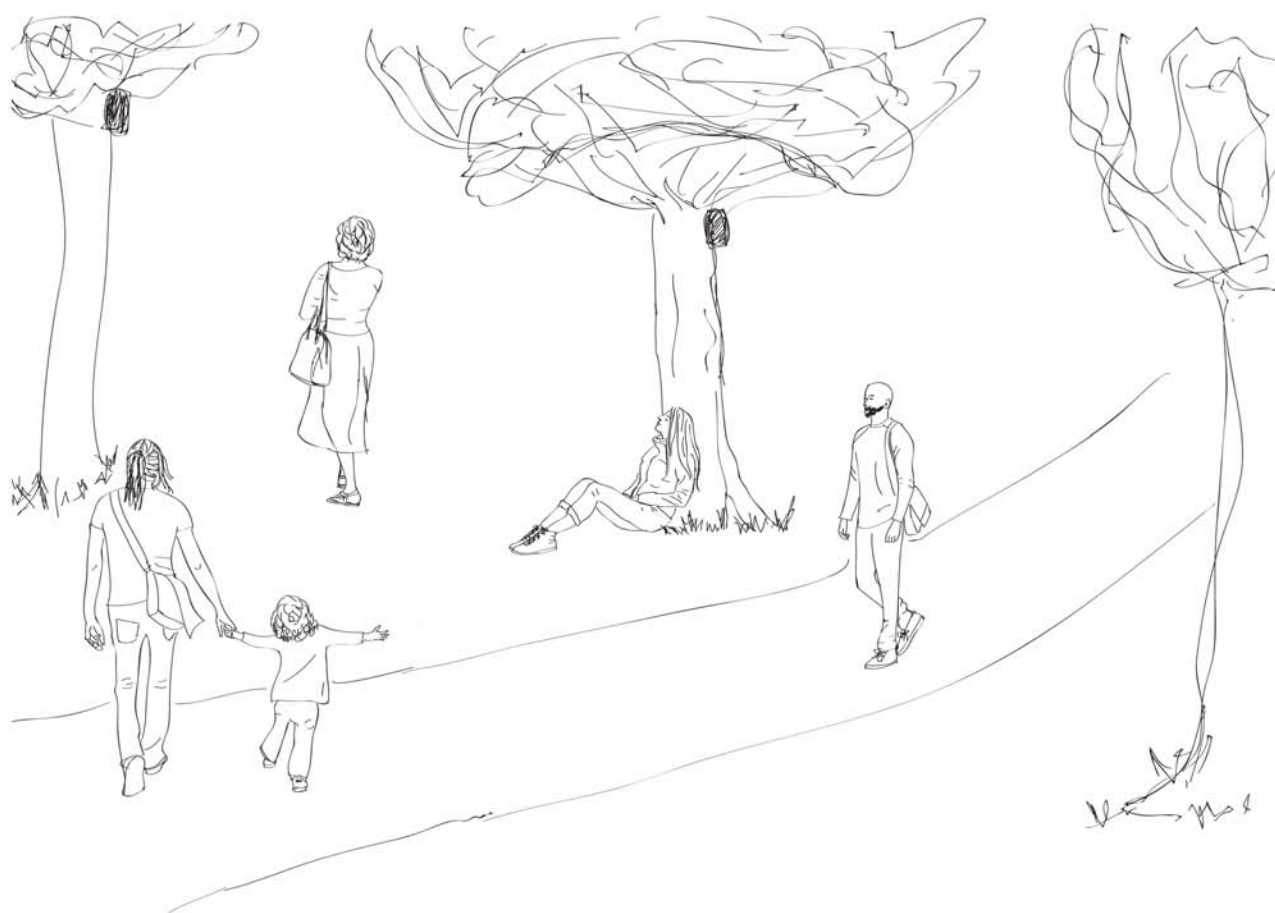


Digital parkvandring

- En undersøgelse af Parkmuseernes digitale tilbud og muligheder



En kandidatafhandling af Dyveke Fauerholdt Noack
Informationsvidenskab



AALBORG UNIVERSITET

Digital Parkvandring

- **En undersøgelse af Parkmuseernes digitale tilbud og muligheder**

Aalborg Universitet København
Informationsvidenskab

Speciale
April 2016

Antal sider: 65
Antal tegn: 152.910
Antal normalsider: 63,71

Vejleder: Morten Søndergaard

Dyveke Fauerholdt Noack:



Abstract

This thesis aims to investigate the user experience with Parkmuseernes website, and explore the possibility for a more user engaging digital design.

The examination of the user experience begins with a survey focusing on the website: how people are using the site, and how they feel about the site. Furthermore user interviews are used to investigate, a group of users experiences with museums, technology, relaxation and the park areas. These examinations combined with theories on museum websites, user involvement and sociality has resulted in a suggestion for an experience design for Parkmuseerne.

Through the user examinations the results showed that the website is functioning well, compared to the wishes from Parkmuseerne, as well as the users main purpose with their visits on the site. The interviews showed that the users especially use the museums for exploring and relaxing purposes. Furthermore the users tend to use their smartphones a lot, and wish to let their phones be, when walking in the park, in order to relax properly. These results have been incorporated in a design suggestion.

The design aims to facilitate a social interaction between visitors in the park, and encourage the participators to leave their smartphones in their pockets and to sense the park in new ways.

Indholdsfortegnelse

INDLEDNING	4
GRUNDLAG FOR SAMARBEJDET OMKRING PARKMUSEERNE	4
TEKNOLOGIEN	6
TEKNOLOGIEN OG DENS PROBLEMATIKKER	7
LOKATIONEN	9
MUSEERNE OG DEN MUSEALE KONTEKST	10
PROBLEMFELT	14
RELATERET ARBEJDE	16
DIGITALE MUSEER	17
TEORI	19
MUSEALE HJEMMESIDERS FUNKTION OG ANVENDELSE	19
DE MUSEUMSBESØGENDE	20
BRUGERINDDRAGELSE OG DELTAGELSE	21
SOCIALISERING	23
PLUS-VÆRDIERNE	23
VIDENSKABSTEORETISK BAGGRUND	25
FÆNOMENOLOGISK ONTOLOGI	25
PRAKTISK METODE	28
DEN DESKRIPTIVE FÆNOMENOLOGI I UNDERSØGELSENS KONTEKST	28
METODETRIANGULERING	29
KVANTITATIV METODE	29
INDSAMLING AF RESPONDENTER - GENERALISERBARHED OG REPRÆSENTATIVITET	30
UDFORMNING AF SPØRGESKEMAET	30
RELIABILITET OG VALIDITET	31
ANALYSEPLAN	32
KVALITATIV METODE	32
INDSAMLING AF KVALITATIV EMPIRI	32
ANALYSEPLAN	33
ITERATIV DESIGNMETODE	34
GENNEMGANG OG ANALYSE AF SPØRGESKEMADATA	35
DEMOGRAFISK DATA	35
OPSAMLING PÅ DEMOGRAFISK DATA	36
KENDSKABET TIL PARKMUSEERNE	37
OPSAMLING PÅ KENDSKABET TIL PARKMUSEERNE	38
Oplevelser af hjemmesiden	39
OPSAMLING PÅ OPLEVELSER MED HJEMMESIDEN	42
OPSAMLING PÅ SPØRGESKEMADATA	42
KORT DISKUSSION AF RESULTATER	43
FØRSTE ITERATION	44

BAGGRUND:	44
IDÉ:	44
<u>ANALYSE AF INTERVIEW</u>	<u>45</u>
MUSEUMSBESØGENE	45
MOTIVATIONERNE	46
TEKNOLOGI PÅ MUSEERNE	47
TEKNOLOGI GENERELT	48
AFSLAPNING	48
SCENARIET	49
OPSAMLING PÅ INTERVIEWANALYSE	51
<u>ANDEN ITERATION</u>	<u>52</u>
SKITSER	53
<u>DISKUSSION</u>	<u>55</u>
<u>KONKLUSION</u>	<u>59</u>
<u>BIBLIOGRAFI</u>	<u>61</u>
<u>BILAGSOVERSIGT</u>	<u>64</u>

Indledning

En ny verdensomspændende museal tendens synes i disse tider at vinde frem. En ny form for samarbejde museer imellem for at styrke branding af institutionerne og øge besøgstallene. Der virker til at være en konsensus om, at sammen står institutionerne stærkere og at samarbejde efterlader alle parter med en større gruppe af potentielle besøgende, som ”bare lige” skal lokkes over dørtærskelen.

Inspireret af samarbejder i udlandet, som eksempelvis Museuminsel i Berlin og MuseumQuartier i Wien, er et lignende initiativ skabt i Danmark. De seks museer, Statens Museum for Kunst, Hirsprungske samling, Rosenborg Slot, Naturhistorisk Museum, Davids Samling og Filmhuset – Det Danske Filminstitut, er gået sammen om at skabe Parkmuseerne, som den danske pendant til denne nye museale tendens. Parkmuseerne blev stiftet i 2011 og lanceret med åbningen af en fælles udstilling under temaet ”blomster” i Marts 2013. Museerne er lokaliseret omkring de tre københavnske parker, Østre Anlæg, Botanisk Have og Kongens Have og netop de grønne områder spiller en central rolle i Parkmuseernes visioner og ønsker for det nye samarbejde. Parkmuseerne beskriver deres hensigt med etableringen af fællesskabet således:

”(...) at skabe en større sammenhæng imellem institutionerne og de grønne områder Kongens Have, Østre Anlæg og Botanisk Have og herigennem etablere et socialt, mentalt og fysisk frirum i storbyen, hvor langsomhed, fordybelse og nærvær prioriteres”

(Parkmuseerne, bilag 2).

Som det også fremgår af navnet, skinner det igennem, at netop de grønne områder er af særlig betydning i forhold til Parkmuseernes intentioner. Med fokus på værdierne ”nærvær” og ”autenticitet” vil Parkmuseerne lære borgerne kunsten at holde fri. Dette fokus er valgt ud fra en intention om at nå en bred række af brugere samt at tiltrække nye gæster til museerne (Bilag 1).

Grundlag for samarbejdet omkring Parkmuseerne

Parkmuseerne ønsker at skabe en sammenhæng imellem det uden- og indendørs og igennem samarbejdet mellem institutionerne at skabe grobund for *dvælende, sanselige og autentiske* aktiviteter for de mange besøgende hos både museer og parker (Bilag 2, side 1.).

Det virker nærmest ædelt, at Parkmuseerne vil introducere københavnernes for *slow living*¹ i denne så digitaliserede tidsalder. Og netop digitaliseringen slipper Parkmuseerne da heller ikke uden om. I 2016 lader det til at ethvert museum med respekt for sig selv har gjort sit indtog på internettet, i form af som minimum en hjemmeside, hvorigennem museerne kan kommunikere til brugerne. Lige netop denne tilgang, hvor en hjemmeside er et absolut must, har Parkmuseerne også umiddelbart

¹ Slow living er en livsstil baseret på at sænke farten og fokusere på dybere værdier i sit liv end materialistiske goder. Less-is-more og kvalitet frem for kvantitet er kærneværdier i søgen efter et balanceret liv, med fokus på velvære i en holistisk forstand.

til de digitale platforme. Men hvordan inddrager man nyere medier i disse Slow Living visioner? – medier der ofte bliver udskældt for at bidrage til det modsatte af slow living. Medier som netop ikke er dvælende, fordybende og fordrer langsommelighed. Samtidig er det også væsentligt at nævne, at de forskellige museer alle har deres egen hjemmeside, hvor brugerne blandt andet kan finde mere information om de enkelte museer.

Der er ingen tvivl om, at de fleste i dag er vant til at tilgå og bruge internettet i et stort omfang. Dette værende både på farten og hjemme. Parkmuseerne har i forbindelse med deres samarbejde satset på en fælles hjemmeside. Tidligere projektleder for Parkmuseerne Peter Kirkhoff Eriksen² ser hjemmesiden som en nødvendighed i kommunikationen til offentligheden.

"(...)vi skal naturligvis have en mulighed for at kommunikere bredt til offentligheden, dermed er et website en selvfølgelighed (...) så er det også fuldstændigt vigtigt at have et mobilt site"

(Peter Kirkhoff Eriksen, Bilag 3, linje 126ff.)

Eriksen italesætter hermed behovet for en hjemmeside, men med fokus på at kommunikere *til* befolkningen. På tidspunktet for interviewet er hjemmesiden endnu ikke udviklet og Eriksen taler derfor i interviewet om planerne for siden ud fra det udgangspunkt, der foreligger. Her nævner han, at ønsket er et responsivt site, der er holdt simpelt med fokus på information til brugeren. Eriksen beskriver siden, som den ser ud på tegnebrættet, som værende meget *"Informations clean"* og *"ikke specielt oplevelsesbaseret"* (Bilag 3, linje 143ff.). Umiddelbart er Parkmuseernes fælles hjemmeside da også meget informationsbaseret og kan på den måde netop ses som et udtryk for envejskommunikationen – fra museerne til brugerne. Det er her hovedfokus er fra museernes side, da det er nødvendigt for museerne, at brugerne kan finde disse informationer om eksempelvis åbningstider, billetpriser, særudstillinger med mere.

Samtidig er en hjemmeside for mange firmaer og institutioner et vigtigt led i en brandingstrategi. Det vil være gavnligt for museer at tænke i nye baner, når det kommer til indhold og form på hjemmesiderne, eller måske endda i forhold til den teknologiske platform, for ad den vej at kunne skille sig ud fra mængden. Og for at kunne gå forrest i en retning imod at tilbyde sine brugere noget nyt og spændende.

Man kan med rette diskutere Parkmuseernes hjemmesides funktion. Tjener hjemmesiden sit formål? Det gør den højst sandsynligt hvis formålet, som det umiddelbart ser ud, er at videregive informationer fra Parkmuseerne til brugerne. Men kunne Parkmuseerne gøre mere med de formidlingskanaler de allerede har? Kunne de optimere udbyttet af deres formidling, hvis man antager, at en del af hjemmesidens formål også omhandler branding af Parkmuseerne? Givetvis. Hvis man dykker ned i Parkmuseernes eget erklærede formål, så er det tydeligt, at det er udtryk for et

² Peter Kirkhoff Eriksen var projektleder på Parkmuseerne under opstarten af projektet. Dette interview er foretaget 13. November 2012, inden lanceringen af Parkmuseerne.

værdigrundlag, som blandt andet bygger på fællesskab. Alene det at indgå i et samarbejde kan ses som et udtryk for en ideologi om at ”ved fælles hjælp kommer man længst” – at fællesskab styrker. Parkmuseerne ønsker at invitere brugerne ind i dette fællesskab og lade brugerne blive en del af det, i kraft af deres besøg på både museerne og i parkerne. Samtidig vil Parkmuseerne gerne lære brugerne om langsommelighed og nærvær igennem deres tilbud og i kraft af deres samarbejde. På mange måder er den museale kontekst både sanselig og dvælende. Præcis som Parkmuseerne ønsker at være det. Sanselighed og fordybelse tilbydes brugerne allerede idet, at de inviteres ind for at observere og opleve museernes formidling af kunst, historie og videnskab. De besøgende bliver unægteligt præsenteret for langsommeligheden, tilstedeværelsen og nærværet hos museerne, i mødet med museernes udstillinger. Spørgsmålet er, om samarbejdet Parkmuseerne bidrager yderligere til dette, end museerne gør hver især i forvejen. Ligeledes kan man spørge om Parkmuseernes hjemmeside understøtter Parkmuseernes fælles værdigrundlag? Eller om det ville være relevant at inddrage en anderledes platform til at tydeliggøre og understøtte Parkmuseernes værdier?

Teknologien

Der synes umiddelbart at være en disharmoni imellem Parkmuseernes værdigrundlag, og deres generelle brug af og tilgang til teknologi. Teknologiens ry for hastig udvikling og effektivitet kan virke som en modpol til Parkmuseernes værdigrundlag, som hylder Slow Living kulturen. Men på mange måder, er det at tillægge teknologien nogle egenskaber som den ikke nødvendigvis besidder. Er det i virkeligheden teknologien, der skaber et samfund, der stræber efter hurtighed og effektivitet? Teknologien har unægtelig en rolle, idet den tilbyder nogle muligheder, for netop effektivitet og hurtighed. Diskussionen kan virke lidt som den klassiske diskussion om hønen og ægget – hvad kom først? Er teknologiudviklingen og samfundsraaset gensidigt afhængige, eller et produkt af hinanden, om man vil? Vi vedbliver at efterspørge og videreudvikle ny teknologi, der fremmer effektiviteten, men paradoksalt nok betyder det ikke mere frihed til det enkelte menneske, som man umiddelbart kunne tro – nærmest tværtimod. Vi arbejder meget, så meget, at man nogle steder er begyndt at diskutere om daginstitutionerne skal udvide åbningstiderne, så vi kan arbejde endnu mere. Når teknologien tilbyder større effektivitet, hvorfor udnytter vi så ikke denne til at opnå mere individuel frihed? – Set fra denne vinkel bliver det tydeligt, at det ikke er teknologien der opfordrer til denne øgede effektivitet og hastighed, vi ser i samfundet. Nok er det enkelt stillet op, men der virker alligevel til at være noget holdbart i argumentet. Når man qua teknologien kan udføre det samme stykke arbejde på mindre tid, betyder det ikke, at man er tilfreds med det samme stykke arbejde. Ofte betyder det, at der skal udføres mere arbejde på den samme tid.

Samtidig er nogle begyndt at bruge teknologien på en helt anden måde. Du kan få et bredt udvalg af meditationsøvelser igennem applikationer til din smartphone, og derigennem søge langsommeligheden og noget mere sansende i din hverdag. Eller du kan måle dit blodtryk og din hjerterytme i løbet af dagen med et armbåndsur, der

sender informationerne til din smartphone. Eller endda udføre dine yogaøvelser med en SmartMat, en yogamåtte der måler kroppens tryk mod måtten og sender informationerne via bluetooth til en smartphone eller tablet, så du kan få rettelser og directioner via en stemmeguide i den tilknyttede app (Basile, 2015). Alle tre eksempler er netop eksempler på en søgen efter det gode liv igennem de nyere teknologiers muligheder.

Efterhånden er der noget der tyder på en tendens til at flere og flere bliver afhængige af deres smartphones og af at være online. Ifølge en undersøgelse foretaget af Ericsson, vil de mest aktive brugere tjekke deres smartphone ca. hvert 7. minut (Nielsen D. G., 2015). Det lyder af meget, men det er måske ikke så underligt, når den simple handling menes at udløse dopamin i hjernen og dermed give brugeren en følelse af lykke (ibid.).

Yderligere er der undersøgelser, der peger på, at vi mennesker bruger vores hjerner anderledes, når vi er online, end hvis vi for eksempel læser en bog (Madsen M. B., 2011). Vi vænner os til, at vores opmærksomhed er splittet og koncentrationsniveauet lavt, på grund af de mange tilbud og informationer via internettet (Nielsen D. G., 2015).

Hvis man skal forestille sig en måde, hvorpå man kan forene Parkmuseernes visioner og teknologi, skal man givetvis tænke mere i disse nye teknologiske muligheder frem for den klassiske envejskommunikation via hjemmeside. Kan man ved hjælp af teknologi opfordre brugerne til at slappe af, være langsomme og sanse parkerne og museerne anderledes? Kan teknologien inddrages i en søgen efter at skabe et fysisk og måske online rum til fordybelse?

Samtidig må man have formålet for øje, når man udvikler teknologiske inddragende tilbud til brugerne. Det kan muligvis virke fristende at kaste sig ud i projekter, der involverer nye og spændende teknologiske muligheder, simpelthen fordi man kan. Dette er dog ikke den mest bæredygtige måde at inddrage teknologier i brugeroplevelser. Derimod må man stille sig spørgsmålet om teknologien virkelig bidrager med noget, eller om den blot er til stede som en slags forsøg og demonstration. Ikke, at det kan være meningsfuldt at lave forsøg og implementere nye teknologier, hvis de giver mening i konteksten og bidrager med noget positivt til brugeroplevelsen. Man må dog altid have brugeren og interaktionen for øje, når man designer, så netop brugeroplevelsen er i fokus.

Teknologien og dens problematikker

Igennem den teknologiske udvikling er der flere, som har stillet kritiske spørgsmålstejn ved hvorvidt teknologien i højere grad kan komme til at medføre problemer for mennesket end at være til hjælp.

Der er efterhånden lavet mange Sci-Fi-filmatiseringer, hvor computere og robotter pludselig bliver et problem for menneskeheden på trods af, at de netop var designet med henblik på at lette hverdagen, forenkle processer, eller måske blot bidrage med noget underholdning til os mennesker.

Martin Heidegger (1889-1976) er én af de filosoffer, der stillede kritiske spørgsmål til teknologien. Spørgsmål som fortsat er relevante at stille i dag. Ifølge

Leif Bork Hansen³ ønskede Heidegger, at vi skulle tilbage til en oprindelighed. Et mere oprindeligt forhold til tingene. Hansen tilføjer selv, at vi, efter hans overbevisning, skal tilbage til et mere oprindeligt forhold til hinanden (Søgaard, 2013).

Heideggers fokus på en tilbagevenden til det oprindelige og oprindeligheden, især i vores forhold til ting, men også i vores forhold til hinanden, kan fint kobles med Parkmuseernes ønsker om langsommelighed og sanselighed i parkerne. Her kommer naturen ind i billedet. Parkerne skal fungere som københavnernes bindeled til naturen og vi, som borgere i København, skal have muligheden for at træde tilbage, trække vejret roligt, og sanse og opleve kunsten og naturen midt i byen. Som en slags refugium fra hverdagens jag.

Heidegger så problematikker i teknologiens udvikling. Ikke blot i forhold til enkelte teknologiske hjælpemidler, men også i forhold til hele vores tankegang, mener Søren Riis⁴. Han var bekymret for den måde, hvorpå vi anser naturen som en ressource, som vi anvender efter menneskehedens forgodtbefindende (ibid.).

"Heidegger spørger ind til den tekniske tænkemåde. Hvad er det, der får os til at fremstille en simpel ting som en hammer? Det er tanken om et formål, at hammeren kan løse en opgave for os. Vi bliver derved beregnende hvordan kan vi lettere få løst endnu flere opgaver? (...) Vi indlejres, ifølge ham, i et system af instrumentel tænkning, vi ikke kan slippe fri af. Vi tror, at vi får mere og mere kontrol over verden med teknikken. Men i virkeligheden er det en udvikling, der kører stadig mere autonomt. Og det, mener Heidegger, er farligt. Der er han én af profeterne og forudså, at teknikken ville accelerere og sætte dagsordenen for fremtiden."

(Søgaard, 2013)

Søren Riis fortsætter med at nævne racehygiejne som en direkte og meget konkret konsekvens af teknologiens udvikling. En udvikling, der ligger meget langt fra den oprindelighed Heidegger gerne ville tilbage til (Søgaard, 2013). Her er eksemplet en overlæge der skulle have udtalt, at vi snart har udryddet Downs syndrom. Riis ser dette udsagn som meget ekstremt og virker bekymret for, om vi som menneskehed kan finde ud af, hvor grænsen går. Der er som tidligere nævnt meget stor afstand imellem udryddelse af skavanker hos fostre til det oprindelige forhold til ting, som Heidegger ønskede:

"Teknologien er en motor, der driver os til den udvikling, hvor vi kalkulerer alt. Hvad har vi som bolværk mod den form for tænkning? Hvordan kan vi sikre, at det ikke kommer derud, hvor alt bliver til ressourcer for en stor vækst- eller krigsmaskine? Det er kernebudskabet i teknologikritikken."

(Søgaard, 2013).

Med dette citat, samt eksemplet omkring racehygiejne, virker teknologikritikken i den grad relevant i den teknologiske tidsalder, vi lever i.

En af vor tids teknologikritikere er Jaron Lanier. Det kan måske virke paradoksalt at faderen til Virtual Reality stiller kritiske spørgsmål til netop teknologien, når han er ophavsmand til en teknologi, der så direkte kobler netop

³ Pensioneret præst ved Lyngby kirke. Har forsket i Søren Kierkegaard.

⁴ Lektor ved Roskilde Universitet, Videnskabsstudier, Institut for kommunikation og Humanistisk videnskab.

mennesket og teknologien. På nogle måder virker det nærmest voldsomt hvordan Virtual Reality overtager og manipulerer menneskets verdensopfattelse. Hvor et mekanisk hjerte kan hjælpe mennesker til at leve, eller en mekanisk arm- eller benprotese kan give mennesker deres førlighed igen, er Virtual Reality netop en ændring af menneskets verdensopfattelse. En manipulation af menneskets bevidsthed. Og er netop bevidstheden ikke ét af de elementer der adskiller os fra robotter?

Ikke desto mindre har Jaron Lanier skrevet manifestet "You are not a gadget". Lanier kritiserer ikke teknologien i en grad, hvor han mener, at vi ikke bør anvende den. Men han nævner en række pointer, der i den grad er væsentlige at være bevidste om i vores anvendelse af teknologien. "*The most important thing about technology is how it changes people*" (Lanier, 2010, s. 4). Med dette mener Lanier, at teknologien kan ændre menneskers adfærd. Han nævner et eksempel hvor ændringen af en enkelt knap kan ændre hele brugeradfærden, eller hvordan eksempelvis højden på ens avatar i Virtual Reality kan ændre ens selvopfattelse og selvværd (ibid.).

Lanier nævner samtidig vores søgen efter effektivitet igennem teknologien som noget vi ikke bør stræbe efter. Han mener, at vi ikke skal søge at gøre gruppementaliteten så effektiv som muligt, men derimod søge at inspirere til fænomenet individuel intelligens (Lanier, 2010, s. 5). Denne individuelle intelligens kan sandsynligvis fremmes igennem kunst, kultur og natur. Hvis vi anvender teknologien i sammenhæng med netop naturen i parkerne, og kunsten og kulturen fra museerne, kan vi muligvis skabe brugeroplevelser, der ikke blot er spændende og engagerende, men også skaber værdi for denne individuelle intelligens.

For Heidegger handlede det om at søge tilbage til det oprindelige forhold til ting, som eksempelvis til naturen, fremfor at bruge den udelukkende som en ressource. For Lanier handler det ikke om at søge tilbage til en tid der engang var, dette oprindelige forhold til ting, men derimod om hvordan vi anvender teknologien, hvad vi søger efter i vores udvikling af teknologi og vores brug af denne, og om at være bevidste om civilisationens udfordringer ved teknologien. Parkmuseerne kunne med fordel stille de samme spørgsmål i deres udvikling af formidlingstilbud. Især med Parkmuseernes ideologiske visioner in mente.

Lokationen

Parkmuseerne er først og fremmest dannet på baggrund af én fællesnævner, nemlig lokationen. Ved første øjekast virker museerne ikke særligt sammenfaldende, hverken hvad angår fagområde eller organisatorisk opbygning. Det geografiske område har været det centrale og bærende punkt i udviklingen af Parkmuseerne. Alle seks museer ligger centralt i København og enten i eller tæt op ad de tre grønne parker Østre Anlæg, Botanisk Have og Kongens Have. Alle tre parker er hyppigt besøgt af byens borgere og turister. Parkerne udgør grønne områder, der lige som museerne er vidt forskellige, og bliver brugt på forskellige måder.

Kongens Have ligger i forbindelse med Rosenborg slot. Haven er en prydspark med nærmest matematisk lige og ensrettede stier imellem grønne græsarealer. Om sommeren vrirler græsarealerne med folk, der slapper af, læser bøger, drikker øl, spiller bold og lader dagligdagens gøremål hvile for en stund. Resten af året bliver parken brugt til spadsereture og hundeluftning.

Botanisk Have hører til Statens Naturhistoriske Museum under Københavns Universitet, og bliver både brugt i uddannelses- og forskningsøjemed samt til fritid og fornøjelse. Haven rummer en stor samling af planter, som man kan gå på opdagelse i.

Østre Anlæg er en naturpark med søer, fugle, bakker og skjulte stier. Parken bliver brugt af flere grupper lige fra motionsløbere til børnefamilier og institutioner, der bruger den store legeplads. Østre Anlæg er desuden kendt for at lægge græsplæne til den årlige musikbegivenhed Stella Polaris, der de seneste år har vokset sig stor og tiltrækker mange gæster.

Med navnet Parkmuseerne, er der lagt op til, at museerne søger ud i parkerne til de brugere, der befinder sig derude. Det er estimeret, at 3 millioner mennesker årligt besøger Kongens Have og et lignende tal er gældende for Østre Anlæg (Bilag 2, s. 2). Til sammenligning har de seks museer tilsammen godt en million besøgende om året (ibid). Der er ingen tvivl om, at der er mange potentielle gæster lige uden for museernes døre, som museerne naturligvis er interesserede i at tiltrække – og måske er Parkmuseerne lige netop det, der skal til, for at lokke befolkningen over dørtærskelen.

Som tidligere nævnt, er det geografiske område for Parkmuseerne essentielt i samarbejdets idégrundlag. Parkmuseerne omtaler sig selv som "*et grønt kulturdistrikt*" og lægger dermed vægt på det grønne område som bærende element. Sat sammen med Parkmuseernes visioner om at skabe et roligt rum for fordybelse og at lære brugerne om langsommelighed og *Slow Living*, er der dannet grundlag for et pusterum i hovedstadens pulserende liv.

Museerne og den museale kontekst

Samarbejdet parkmuseerne består som tidligere nævnt af de seks museer: Statens Museum for Kunst, Hirschsprungske Samling, Naturhistorisk Museum, Rosenborg Slot, Davids Samling og Cinemateket. Fælles for museerne er det geografiske område midt i København, en åbenhed for offentligheden samt arbejdet med formidling til brugerne. Samtidig er det en række museer med forskelligt fagligt område. På den måde spænder Parkmuseerne bredt i deres museale tilbud og sandsynligvis ligeså i deres brugergruppe. Her følger en kort introduktion til de seks museer:

Hirschsprungske Samling åbnede i 1911 og fremviser Heinrich og Pauline Hirschsprungs samling af kunstværker samlet over en årrække. Samlingen der indeholder dansk kunst fra 1800-tallet blev skænket til staten i 1902 (Den Hirschsprungske Samling). Da samlingen er skænket til staten, er den Hirschsprungske Samling et statsligt museum og indgår dermed i en rammeaftale med Kulturministeriet hvert fjerde år (Den Hirschsprungske Samling). Der er entrépris på museet.

Statens Museum for Kunst er som navnet antyder Danmarks store kunstmuseum. Museets historie starter tilbage i 1500-tallet med kong Christian d. 2. Igennem mange år har kongerne købt kunst til deres private samlinger og i 1827 åbnede Den Kongelige Malerisamling på Christiansborg Slot (Statens Museum for Kunst). Med

afskaffelsen af enevælden overgik malerierne til statens ejendom. Da Christiansborg Slot brænder i 1884 bliver langt de fleste og vigtigste kunstværker reddet – muligvis takket være en hurtig og effektiv Christian d. 9 (ibid.). I 1896 åbner det SMK, vi kender i dag, ved Sølvgade. Den Kongelige Malerisamling blev forenet med kobberstiksamlingen og afstøbningssamlingen på det nye museum. Museet er statsejet og indgår dermed også i rammeaftaler med Kulturministeriet (Statens Museum for Kunst). I skrivende stund er der fri entré til samlingerne og entrépris på særudstilling. Det diskuteres dog om der skal indføres generel entrépris på museet.

Statens Naturhistoriske Museum er en samling af museale organisationer under Københavns Universitet og består af Zoologisk Museum, Botanisk Museum, Botanisk have og Geologisk Museum. Museerne blev samlet som én organisation i 2004 og hører under det Naturvidenskabelige Fakultet. Det er dog kun Geologisk Museum, der som museal institution indgår i samarbejdet Parkmuseerne. Geologisk Museum bygger videre på Museum Wormianum, skabt af lægen Ole Worm i midten af 1600-tallet – et museum der menes at være et af verdens første museer (Statens Naturhistoriske Museum). Geologisk Museum flyttede i den nuværende museumsbygning i 1893. På nuværende tidspunkt er der gang i en udvikling og udbygning, samt samling af de forskellige udstillinger, i den nuværende museumsbygning, med planer om indvielse af det nye ombyggede museum i år 2020 (Statens Naturhistoriske Museum). Der er entrépris på Statens Naturhistoriske Museum.

Rosenborg Slot er en del af Kongernes Samling sammen med Amalienborg. Kongernes samling er en selvejende institution, der modtager driftstilskud fra staten og er omfattet af museumsloven. Slottet er bygget af Christian d. 4, som selv boede på slottet. Rosenborg slot blev bygget over flere etaper fra 1605 til 1633, hvor det stod færdigt, som det ser ud i dag (Kongernes Samling). Slottet åbnede som offentligt museum i 1838 og ud over at rumme interiør fra tidligere kongers tider rummer slottet også kronjuvelerne. Der er entrépris på Rosenborg Slot.

Davids Samling er et af Parkmuseernes yngre institutioner. C. L. Davids fond, der driver museet, blev stiftet i 1945 og tre år senere åbnede museet for offentligheden på to af etagerne i Kronprinsessegade 30, hvor højesteretssagfører C. L. David selv boede (Davids Samling). Museet er især kendt for sin samling af islamisk kunst, men rummer også en ældre europæisk samling samt nyere dansk kunst. Der er gratis adgang på museet.

Cinemateket hører under det Danske Filminstitut som er en statsinstitution under kulturministeriet. Filminstituttet blev oprettet i 1997. En af de primære opgaver instituttet varetager, er at fremme filmkunst og filmkultur i Danmark (Det Danske Filminstitut). Cinemateket har tre biografale, bibliotek, restaurant og café, samt film- og boghandel. Ud over at vise film i biografale afholder Cinemateket også en række arrangementer. Der er billetpris til filmvisningerne.

Selvom de deltagende museer har forskellige fagområder og meget forskelligartede organisatoriske opbygninger, er der alligevel en væsentlig sammenhæng, set ud fra en museal kontekst. Alle museerne opfylder kriterierne for at tjene et almennyttigt formål og lever op til definitionen på et museum (Skot-Hansen, 2008, s. 23). Ifølge International Council of Museums (ICOM) er selve definitionen på et museum således:

”Et museum er en permanent institution med almennyttigt formål (”non-profit making”), der virker for samfundet og dets udvikling, er åben for offentligheden, og som indsamler, bevarer, forsker i, formidler og udstiller materielle og ikke-materielle vidnesbyrd om mennesket og dets omgivelser med studie- uddannelses- og fornøjelsesøjemed”. (Skot-Hansen, 2008, s. 25).

Samtlige seks museer er altså institutioner, der i høj grad er til nytte for samfundet og den videre udvikling af samfundet.

Dorte Skot-Hansen inddeler museer i forskellige kategorier, der kan overføres til Parkmuseernes seks museer. På den måde kan man kategorisere og skelne imellem museerne og opnå et større kendskab til deres virke. Først og fremmest opstiller Skot-Hansen to kategorier for museerne, nemlig de private og de offentlige (Skot-Hansen, 2008, s. 26). De offentlige museer modtager statsstøtte i modsætning til de private museer. Som det fremgår af deres navne er Statens Museum for Kunst og Statens Naturhistoriske Museum begge statsejede museer, men de er ikke de eneste statsejede institutioner i Parkmuseerne. Den Hirschprungske Samling og Cinemateket er ligeledes statslige museer. Rosenborg Slot er en selvejende institution som er statsanerkendt og modtager støtte i henhold til museumsloven. Davids Samling er en fondsdrevet institution. Denne skelnen imellem museerne er ren økonomisk, eller organisatorisk om man vil. Yderligere kan der skelnes overordnet på fagområde. Museumsloven (Kulturministeriet, 2014) opdeler museerne i tre faglige kategorier:

Kulturhistoriske museer – *“De kulturhistoriske museer belyser forandring, variation og kontinuitet i menneskers livsvilkår fra de ældste tider til nu”*(museumsloven, 2006, §4).

Kunstmuseerne – *“Kunstmuseerne belyser billedkunstens historie og aktuelle udtryk samt dens æstetiske og erkendelsesmæssige dimensioner”*(museumsloven, 2006, §6).

Naturhistoriske Museer – *“De naturhistoriske museer belyser naturen, dens udvikling, nutidige miljø og samspillet med mennesket”*(museumsloven, 2006, §8).

Parkmuseerne repræsenterer i sin samling af museer dermed forskelligartede museer med forskellige tilbud til brugerne. Samtidig er det en række museer med forskelligartede organisationer bag sig og med forskellig økonomisk baggrund. Alle disse forskelligheder skal rummes i den digitale løsning på en måde, så det giver

mening for Parkmuseerne. Derfor virker det oplagt at Parkmuseerne har valgt at satse på en hjemmeside med envejskommunikation, som er en form for kommunikation, som alle museerne kender i forvejen.

Problemfelt

Opsummeret ønsker Parkmuseerne med dette samarbejde dels at stå styrket i deres søgen efter gæster og dels at tilbyde brugerne en pause i hverdagen. En pause med fordybelse og ro, samt oplevelser og indtryk. Med samarbejdet tager Parkmuseerne et skridt i retningen af en ny og moderne tankegang i forhold til fælles branding. Samtidig holder de dog fast i en gammeldags hjemmeside baseret på envejskommunikation. Teknologien har udviklet sig og giver nye muligheder i forhold til teknologiske løsninger. Det fordrer så, at museerne følger med og tilbyder brugerne nye muligheder, når det kommer til digitale oplevelser i parkerne.

Med dette speciale ønsker jeg at undersøge Parkmuseernes hjemmeside fra brugernes synspunkt. Denne undersøgelse af brugernes oplevelser og tanker skal ende ud i et grundlag til udvikling af en ny digital løsning, der skiller sig ud fra den klassiske katalogbaserede hjemmeside.

Problemformulering

Parkmuseerne beskriver selv deres visioner for samarbejdet, som værende en del af et pusterum for brugerne. At tilbyde de besøgende muligheder for at slappe af, fordybe sig og nyde langsommeligheden i det grønne rum.

- Hvad tænker brugerne om Parkmuseernes hjemmeside og mulighederne for digitale løsninger? Kunne en anden platform skabe mere relevans og brugerinddragelse?

Hvis man skal forestille sig en måde hvorpå man kan forene Parkmuseernes visioner og teknologi, skal man måske tænke mere i de nye teknologiske muligheder frem for den klassiske envejskommunikation via hjemmeside.

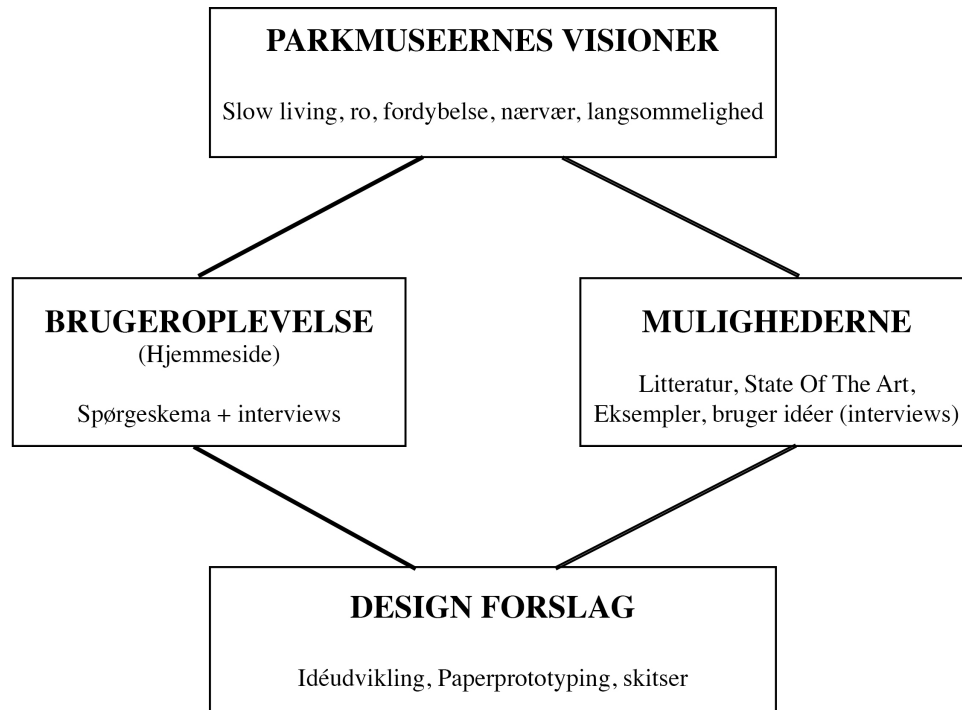
- Kan man ved hjælp af teknologi opfordre brugerne til at slappe af, være langsomme og sanse parkerne og museerne anderledes?

- Kan teknologien inddrages i en søgen efter at skabe et fysisk og måske online rum til fordybelse?

Problemformuleringen rummer således flere parametre, der må undersøges for at finde svar på de spørgsmål, den stiller. Overordnet set rummer problemformuleringen to led: *Brugernes oplevelser* og *Mulighederne*. Disse to led danner grundlaget for undersøgelsen.

Brugernes oplevelser er det første led, der vil blive undersøgt. Hvordan anvender brugerne hjemmesiden, til hvilke formål og med hvilken oplevelse? Denne første del af problemformuleringen vil blive undersøgt igennem spørgeskema samt interviews.

Mulighederne knytter sig til hvilke andre muligheder, der er for meningsfuld interaktion imellem brugerne og et digitalt tilbud. Denne del af problemformuleringen vil blive undersøgt og søgt besvaret igennem litteratur og brugerinterviews, og i sidste ende lede til et designforslag til Parkmuseernes nye digitale platform.



Figur 1: Model over problemfelt.

Relateret arbejde

Dette kapitel omhandler dels allerede eksisterende undersøgelser af museale hjemmesider og dels nyere digitale løsninger for museer rundt om i verden. Dette er mit bagkatalog både i forhold til at undersøge brugernes oplevelser med hjemmesiden, men også i forhold til at tænke i nye muligheder for brugeroplevelse i parkerne.

Johanne Floris, rådgiver og digital projektleder, har i 2009 lavet en undersøgelse af museers kommunikation med unge via internettet. Igennem et spørgeskema besvaret af 32 danske kunstmuseer, har Floris undersøgt museernes tilgang til kommunikationen med den unge målgruppe. Her fandt Floris, at selvom museerne vægter internettet højt, har to ud af tre af museerne ingen webstrategi, dog har de fleste museer en webansvarlig (Floris, 2011, s. 107). Det forholder sig således, at denne webansvarlige ofte er en kommunikationsansat og dermed varetager en bredere form for kommunikation end blot webkommunikationen. Det betyder, at tiden brugt på webkommunikation holdes på et lavt niveau. For en tredjedel gælder det, at arbejdstiden på webkommunikation er to-fire timer om ugen (ibid.). Museerne er generelt enige om, at det er vigtigt at være aktivt til stede på internettet, når det gælder deres egne hjemmesider som bruges til envejskommunikationen (Floris, 2011, s. 107f.). Museernes sider opnår status som en slags udvidet katalog, hvorigennem informationer kan videregives. I 2009, hvor Floris foretog undersøgelsen, er sociale medier stadig under overvejelse hos flere af museerne. De museer der anvendte eksempelvis Facebook (17 museer) udtaler, at Facebooksiderne primært bliver brugt som en ekstra kanal for envejskommunikationen. Der er dermed ikke fokus på brugerinddragelse, når det gælder museernes brug af internettet (Floris, 2011, s. 107f.).

Denne tendens understøttes af Anna Sophie Warberg Løssings undersøgelser i ”Danske kunstmuseer på nettet”, en phd afhandling fra 2008. Her fandt Løssing, at de danske museer generelt ikke prioriterer særligt højt, at brugerne får en oplevelse på deres netsteder, særligt højt (Løssing, 2008, s. 153). Som Løssing ser det, er *”mediet [er] først og fremmest en kanal hvorigennem museet og dets aktiviteter kan formidles, så det ultimativt set kan bringe flere besøgende med sig.”* (Løssing, 2008, s. 154). Samtidig er der et ønske fra museernes side til at videreudvikle deres hjemmesider og udforske internettets muligheder. 22 af de 33 adspurgte museer giver udtryk for, at de gerne *vil eksperimentere mere med mediets muligheder og sidens udtryk* (Løssing, 2008, s. 164). Ligeledes ønsker 24 af museerne flere funktioner på deres sider og hele 29 museer ønsker at revidere deres hjemmesider (ibid.). Dette vidner om, at museerne ikke er helt uinteresserede i brugernes oplevelser på deres netsteder og internettets muligheder i forhold til netop brugeroplevelse.

Æstetikken

Æstetikken spiller en ikke helt uvæsentlig rolle på en museal webside. Det kan man argumentere er gældende for alle websider, men med fokus på de museale websider, må man sige, at det under alle omstændigheder gør sig gældende her.

Irene Lopatovska, lektor ved Pratt institute, har i 2015 udgivet en artikel i ”Museum Management and Curatorship” omhandlende en undersøgelse af fire museers hjemmesider. Her har hun testet 10 personers oplevelser med de fire museers hjemmesider for at finde nogle fælles træk, der kunne lede til en række anbefalinger til udviklingen af museale websites. Undersøgelsen viste, at den score sidens æstetik fik på en likertscale kunne bruges som forudsigelse for den overordnede oplevelse af

siden. Jo højere score desto bedre oplevelse med websitet (lopatovska, 2015). Testen var udført som en del af et kursus for de informationsvidenskabsstuderende, deraf konkluderer Lopatovska da også, at der må testes mere på disse interaktive elementer før noget reelt kan konkluderes (lopatovska, 2015).

Pallud⁵ og Straub⁶ har undersøgt hvorvidt museers hjemmesider fordrer besøg på de fysiske museer. Pallud og Straub ville blandt andet undersøge hvorvidt folk ville returnere til hjemmesiden en anden gang, eller endda foretage et fysisk besøg på museet efter at være blevet præsenteret for museets hjemmeside (Pallud & Straub, 2014, s. 361). Pallud og Straub argumenterer, at museernes hjemmesider kan have større effekt end hypoteseret, da en væsentlig del af de besøgende muligvis besøger hjemmesiderne som substitut for det fysiske besøg på et museum (ibid.).

Undersøgelsens respondenter fordeler sig imellem collegestuderende i henholdsvis Frankrig og USA. Pallud og Straub argumenterer for denne udvælgelse ved, at museer i højere grad forsøger dels at tiltrække det unge publikum og dels, at det især er de unge der er tilbøjelige til at bruge internettet. Her peger Pallud og Straub på en undersøgelse fra 2014 af Pew Internet, der viser at 97% af de 18-29 årige går online (Pallud & Straub, 2014, s. 364). Pallud og Straubs undersøgelse er foregået som en online spørgeskemaundersøgelse. Resultaterne af undersøgelsen er, at der er en direkte forbindelse imellem intentionen om at returnere til websitet og ønsket om også at besøge det fysiske museum. Folk der har haft en god oplevelse med museets hjemmeside og som er tilbøjelige til at returnere til hjemmesiden, er også mere tilbøjelige til at foretage besøg på det fysiske museum. De har så at sige fået en større interesse for museets samling (Pallud & Straub, 2014, s. 367). Derimod er de personer der havde en god oplevelse med hjemmesiden, men som ikke planlægger at besøge siden igen, heller ikke tilbøjelige til at ville foretage et besøg på det fysiske museum (ibid.). Heraf konkluderer Pallud og Straub, at man igennem veludført websitedesign kan påvirke brugerne til at returnere til hjemmesiden og yderligere øge deres interesse for et besøg på det fysiske museum (Pallud & Straub, 2014, s. 367). Yderligere har Pallud og Straub igennem deres spørgeskemaundersøgelse fundet, at den variabel der har den største betydning for folks oplevelse med museets website er æstetikken (Pallud & Straub, 2014, s. 368).

Digitale museer

Parkmuseerne tilbyder i kraft af deres samarbejde noget nyt til de besøgende, en ny måde at tænke museerne som en samlet enhed på. Hvad hjemmesiden angår, er der derimod ikke noget, der skiller sig ud fra den klassiske tænkning af museumssider. Hjemmesiden er fra Parkmuseernes side tænkt som en side primært til praktisk information. I dette afsnit vil jeg gennemgå et par af de muligheder, andre museer bruger, når det kommer til digitale løsninger for at optimere brugeroplevelsen ved besøg på museerne. Samtidig vil jeg kigge på et par af de overvejelser, man som museum bør gøre sig i forbindelse med de digitale muligheder. Disse danner inspiration dels til mine brugerinterviews og dels til idéudviklingen angående digitale løsninger for Parkmuseerne og deres brugere.

ErfgoedApp (HeritageApp)

Denne app er et nyt tiltag i Flandern, som skal bruges på museer og med tiden måske også til kulturelle begivenheder (Furniere, 2016). App'en er nytænkende i forhold til sin teknologi, men også i forhold til sit brede spektrum af muligheder. App'en

⁵ Jessie pallud er lektor ved Strasbourg Business School.

⁶ Detmar Straub er lektor ved Georgia State University.

indeholder både audioguides, videoer, spil og tekster, og benytter sig af Apple's iBeacon teknologi, der er bygget op omkring små Bluetooth sendere. Når en besøgende har downloadet app'en og går forbi eksempelvis et værk på et museum, så sendes der via Bluetooth information direkte til mobiltelefonen. På den måde får brugeren de relevante spil, videoer, informative tekster og lydfiler på de helt rigtige tidspunkter.

Virtual Reality

VR (Virtual Reality) er en anden interessant teknologi for museerne. Ifølge Ludvig Lohse fra MMEEx (Museernes Videncenter for Digital Formidling) vil flere og flere museer i fremtiden benytte sig af VR (Müller, 2016). Ved hjælp af særlige VR briller kan man som tilskuer få en helt anden og mere nærgående oplevelse. Teknologien har været kraftigt udviklet over de sidste år og samtidig med at teknologien dermed bliver mere realistisk i sin fremtoning, kan man i dag tilmed købe VR briller helt ned til omkring 300 kroner stykket. VR brillerne fungerer ved hjælp af computerskærme og bevægelsessensorer og inddrager dermed brugeren på en langt mere opslugende måde end eksempelvis vægmonterede skærme.

The Met's mobile app

The Met (Metropolitan Museum of Art) i New York har et stor team til at arbejde med digitaliseringen af museet (Shu, 2015). Museet forsøger sig med en app med audioguides og yderligere informationstekster. Samtidig eksperimenterer Met med iBeacon teknologi og Augmented reality, der eksempelvis bliver brugt til at vise en animeret version af et maleri, når man holder mobiltelefonen op imod billedet. Museet tilbyder Wi-Fi overalt i bygningen, da de er klar over, at de besøgende gerne vil tilgå de sociale medier under deres besøg. Sree Sreenivasan, der leder den digitale afdeling siger, at museet i højere grad anser Netflix og Candy Crush som deres konkurrenter, end andre museer.

Husker du? - Lydspor i Greve

App'en "Husker du? - Lydspor i Greve" er inddraget her som et eksempel på, at museerne i højere grad er blevet interesserede i at anvende lyd i deres formidling. App'en indeholder lydbilleder skabt af to lydkunstnere samt en billedside (MMEX, Husker du? - Lydspor i Greve). Ud over at fungere som app, som brugerne kan downloade, indgår lydsporene også i museets permanente udstilling som en pickup audioguide.

Jeg er arkæolog

Et spil der simulerer arkæologisk arbejde og lader brugere deltage i en række udgravninger og dermed gå fra mark til udstillingsmontre (MMEX, Jeg er arkæolog). Spillet kan både hentes som app, eller kan downloades til Windows via museernes hjemmesider. På den måde kan brugerne spille hjemme fra deres egne computere og spillet er ikke afhængig af tilstedeværelse på museet.

Teori

Museale hjemmesiders funktion og anvendelse

Anne Sophie Warberg Løssing opdeler i ”Nettet som udstillingsramme” museers hjemmesider i to funktionskategorier og hun peger på, at museerne bruger nettet på én af følgende to måder; *formidlingskanal* eller *udstillingsrum* (Løssing, Internettet som udstillingsramme, 2004, s. 2). Løssing sætter disse to funktioner op i hver sin ende af en akse, således at *formidlingskanalen* er den informationstunge ende af akse og *udstillingsrummet* er den oplevelsesrige ende af skalaen.

Formidlingskanal	Udstillingsrum
Information	Oplevelse
- Teksttungt - Infotungt - få billeder - linksinteraktion m. menupunkter	- lyd -billeder - animation - tekst - intuitiv interaktion

Figur 2: Udviklingsakse m. information og oplevelse.

Ifølge Løssing er størstedelen af de danske museers hjemmesider overvejende informationstunge og ligger i den kategori, Løssing betegner som brochure-sider (Løssing, Internettet som udstillingsramme, 2004, s. 6). For brochure-siderne gælder det, at hovedformålet er at formidle viden om aktuelle udstillinger, adresse, åbningstider og lignende informationer. Det er også i denne kategori, vi finder Parkmuseerne.dk. Klikker man sig lidt rundt på siden, vil man ofte finde undersider, hvor teksten er i centrum og billedsiden ikke overtager fokus. På den måde fremstår siden som informationstung.

I ”Det interaktive Museum” skelner Drotner et al. imellem typer af kommunikation på museumssider. Her bliver der skelnet imellem envejs- og tovejskommunikation, samt mængden af modtagere og afsendere fra en-til-en, en-til-mange og mange-til-mange (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 14f).

	Envejskommunikation	Tovejskommunikation
En-til-en	E-mail, audioguide	telefonkontakt, billetsalg
En-til-mange	katalog, hjemmeside, undervisningsmateriale, digitale museer og samlinger	omvisning, blog
Mange-til-mange	Fælles museumsportal	Grupper på sociale netværk, offentlige kommentarer til fx en udstilling

Figur 3: Museumsinteraktion som kommunikation.

Hvis vi betragter Parkmuseerne.dk ud fra denne skelnen, må siden placeres i kategorien envejskommunikation fra en-til-mange. Der er ingen steder på siden, der lægger op til tovejskommunikation. Siden fremstår derfor som ren formidlingskanal af information fra museerne til brugerne.

De museumsbesøgende

John Falk, professor på Oregon State University, rejser to interessante spørgsmål i sit bidrag til bogen "Det interaktive museum" af Drotner et al. Her beskriver Falk, hvordan man generelt set har undersøgt museumsgæsterne inde på museerne. Det vil sige, at når først de besøgende er trådt over dørtærskelen og befinder sig på museerne, har man spurgt ind til, hvem de er. Falk mener, at den museumsbesøgendes oplevelse faktisk starter langt før. Både i beslutningsfasen, hvor den besøgende beslutter sig for hvilket museum han eller hun vil besøge og hvornår. Men faktisk argumenterer Falk for at museumsgæstens oplevelse også bliver påvirket af tidligere erfaringer, interesser og sociale relationer (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 28).

Parkmuseerne vil gerne flytte sig fra at være deres egne små bobler af institutioner drysset ud over det geografiske område, til at være en mere samlet enhed, der manifesterer sig i brugernes bevidsthed ude i parkerne. Hvis man tager udgangspunkt i Falks teori om, at brugeroplevelsen starter allerede uden for museerne, virker dette til at være et fremragende tiltag i forhold til at tilbyde en forbedret oplevelse, samt i arbejdet med at tiltrække de besøgende. Ligeledes påpeger Falk, at erindringer kan være længe om at udvikles (ibid.). Her virker det igen som en fordel, at Parkmuseerne er til stede selv efter at museumsgæsterne har forladt de enkelte museer.

Et andet kritikpunkt Falk rejser, er tendensen til at fokusere på permanente kvaliteter både angående museerne og respondenterne (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 29). I forhold til respondenterne drejer dette sig om demografien: alder, køn, beskæftigelse og lignende. Museerne vil gerne opnå viden om, hvorfor museumsgæsterne besøger museerne. Falk påpeger, at man i høj grad har antaget, at folk besøger et specifikt museum ud fra interesse i fagområdet på det givne museum (ibid.). Falk mener, at dette er problematisk, da det ikke fortæller, hvorfor museumsgæsten har valgt at besøge museet, netop på den specifikke dag. Han påpeger, at fagområdet er interessant i forhold til at fortælle noget om, hvem der kan tænkes at besøge museerne, men at det er utilstrækkeligt i forholdt til at sige noget om, hvem der reelt besøger museerne (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 29). Alligevel viser undersøgelser, at de besøgende er bevidste om fagområdet for de museer de besøger. Men det er altså langt fra fagområdet alene, der tiltrækker museumsgæsterne (ibid.).

"Den vigtigste konklusion, jeg har nået efter at have studeret tusindvis af besøgende gennem mere end tre årtier, er, at museumsbesøget er alt for komplekst og flygtigt til at kunne forstås på baggrund af enkle og konkrete, målbare variable såsom demografi eller, for den sags skyld, håndgribelige kvaliteter som "museumstype" eller "udstillingsstil" (fx praktisk, didaktisk, interaktiv)".

(Drotner et al., 2011, s. 29).

Dette citat af John Falk opsummerer således hans kritik af den klassiske undersøgelsesmodel af museumsgæster og deres oplevelser. Derimod mener Falk, at dybdegående interviews er nødvendige for at forstå den besøgendes oplevelse. Falk

påpeger at museumsbesøg, synes at være ganske personlige og knyttet til de besøgendes identitetsfølelse (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 31). Samtidig nævner Falk også en sammenhæng imellem den besøgendes beskrivelser før og efter et museumsbesøg. Her mener Falk, at det som personer beskriver som værende vigtigt ved deres erindringer af besøgene, minder om det de beskriver som deres grunde til at besøge museerne (ibid.). Dette kan hænge sammen med Falks hypotese om, at folk:

”anvender deres ’før-besøg’-forestillinger om, hvad en museumsoplevelse giver dem, til både på forhånd at begrunde, hvorfor de skulle besøge museet, og til bagefter at forklare, hvordan og hvorfor deres besøg var værdifuldt”

(Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 34).

Falk beskæftiger sig altså med de besøgendes motivationer for at besøge et givent museum. Disse motivationer har han kategoriseret i fem kategorier, som han mener, at de fleste besøg passer ind i:

- *Opdagelsesrejsende*: Drevet af nysgerrighed, emnemæssig interesse, søger inspiration til deres læring.
- *Formidlere*: Socialt motiverede, primært fokuserede på at muliggøre oplevelse og læring for andre.
- *Professionelle/hobbydyrkere*: Føler nær forbindelse imellem museets indhold og deres professionelle eller hobbymæssige lidenskaber.
- *Oplevelsessøgende*: Motiverede af stedet som betydningsfuld destination. Tilfredsstillelse i form af at kunne krydse af på listen.
- *Genopladere*: Søger indadvendt, spirituel eller styrkende oplevelse. Søger et refugium fra hverdagens verden (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 36f.).

Motivationerne hos de besøgende er i høj grad relevante i søgen efter at skabe en brugeroplevelse, som er værdifuld for netop brugerne. Som Falk beskriver det, er motivationerne, de besøgendes formål med besøget, af stor betydning i forhold til deres erindringer om besøget. Den tilgang de besøgende har til museumsbesøget påvirker således deres oplevelse. Det virker derfor oplagt at have disse motivationer in mente, når man søger at udvikle netop brugeroplevelsen.

Brugerinddragelse og deltagelse

Der er efterhånden kommet mere og mere fokus på at inddrage publikum på forskellige kulturinstitutioner. Tidligere i dette kapitel har jeg gennemgået hvordan kommunikation på museumshjemmesider kan deles i to overordnede kategorier, nemlig envejskommunikation og tovejskommunikation. Det samme kan siges at gøre sig gældende til stede på museerne, hvor udstillingerne kan være tilrettelagt efter at ”fylde viden på” brugerne, eller ”dele viden med” brugerne. Nina Simon⁷ beskriver det således:

”Den afgørende forskel mellem konventionel og deltagende design er måden, viden og information strømmer mellem institutioner og brugere. I konventionelle udstillinger og aktiviteter leverer institutionen indhold, som de besøgende kan

⁷ Nina Simon er direktør på Santa Cruz Museum of Art and History og driver derudover bloggen Museum 2.0.

forbruge. (...) Modsat i deltagende projekter: her understøtter institutionen mangeartede oplevelser af indhold. Institutionen fungerer som en "platform", der forbinder forskellige brugere, som på deres side fungerer som både indholdsudviklere, distributører, publikum, kritikere og samarbejdspartnere".
(Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 122f.).

Simon fortsætter med pointen, at denne inddragelse betyder, at institutionerne ikke kan sikre konsistent indhold, da brugerne er med til at skabe og ændre indholdet. Derimod giver det de besøgende mulighed for at være medskabende på egne og andres oplevelser. Ifølge Simon betyder dette derfor, at institutionerne må være åbne for, at et projekt kan udvikle og ændre sig ud over den oprindelige hensigt (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 123).

Simon opstiller seks kategorier af deltagelse som er overført fra deltagelse på websider:

1. *Skabere*: producerer indhold eksempelvis blogs, videoer og lignende.
2. *Kritikere*: anmelder, vurderer og kommenterer indhold.
3. *Samlere*: organiserer links, samler indhold til personligt eller kollektivt brug.
4. *Tilmeldte*: har profiler på sociale medier.
5. *Tilskuere*: læser blogs, ser videoer etc. uden at være aktive eller tilmeldte.
6. *Inaktive*: besøger slet ikke sociale netsider.

(Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 129).

Simon argumenterer for, at disse deltagertyper kan overføres til andre former for deltagelse, end den der foregår online via sociale medier. Samtidig påpeger hun, at det kun er en lille del af deltagerne, som er de aktive skabere (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 128f.). Derfor stiller Simon også spørgsmålstegn ved, at så mange institutioner fokuserer netop på skaberne, i arbejdet på at udvikle deltagermuligheder for deres besøgende. Simon mener, at der er en tendens til ikke at fokusere nær så meget på eksempelvis den deltagertype der tilhører kritikerne, når man udvikler deltagende designs på kulturinstitutionerne (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 131f.). Men Simon påpeger, at det faktisk kan være gavnligt for museerne, at få kritikerne til at vurdere deres udstillinger, da det vil give en klar feedback til de ansatte. Dog skal feedbacken faciliteres og understøttes. For at ramme kritikerne vil det ikke nytte at opstille en blank tavle og lade de besøgende selv udføre deres vurderinger uden videre støtte og vejledning. Derimod nævner Simon et eksempel med et museum, Minnesota Historical Society's History Center, der opstillede stemmeurner hvor de besøgende kunne efterlade deres billetbadges og på den måde stemme på deres favorit udstilling (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 127f.). På den måde bliver kritikerne støttet i deres deltagelse. Samtidig taltaler det måske ikke skaberne så meget, da det kan forekomme lidt simpelt og kedeligt. Konklusionen er, at forskellige deltagertyper kræver forskelligartede deltagermuligheder. Man behøver ikke at favne dem alle, men det er af betydning at man som museumsinstitution er sig de forskellige typer bevidst i udviklingen af aktiviteter. Simon nævner, at jo mere præcist man kan definere de deltagere, ens projekt er rettet imod, desto større er chancen for, at det endelige design vil tilfredsstille deres behov for deltagelse (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 141).

Endnu et vigtigt punkt at have med i sine overvejelser gælder ifølge Nina Simon afgrænsninger. For at skabe et rum hvor de deltagende kan føle sig trygge og

inspirerede, må man som aktivitetsdesigner opstille nogle afgrænsninger for deltagerne. ”*Mangel på begrænsninger er kunstens største fjende*” har Orson Welles engang sagt (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 142). Dette citat bruger Simon som billede på, hvordan afgrænsningerne kan støtte de deltagende i aktiviteten. Hun mener, at netop afgrænsningen motiverer og fokuserer deltagelsen (ibid.). Hvem husker ikke at have siddet med et blankt stykke papir, eller et tomt lærred, og et ønske om at tegne, men simpelthen ikke kunnet skabe rammerne for ens egen udfoldelse, i form af idéer eller temaer – med andre ord: afgrænsninger. Det er netop disse afgrænsninger de deltagende har brug for. Simon beskriver det som at opstille et stillads for de deltagende (Drotner, Weber, Larsen, & Løssing, 2011, s. 141ff.).

Socialisering

For nogle mennesker kommer socialisering som en naturlig del af deres hverdag. De har nemt ved at tale med folk, også fremmede og indleder gerne samtaler, hvis noget interesserer dem. For andre er socialiseringen mere besværlig, og måske endda en grænse der overskrides. Som Falk beskrev det, er det sociale aspekt en del af motivationen bag et museumsbesøg for nogle af gæsterne, mens andre hellere går rundt alene og tager indtrykkene til sig. Nogle mennesker trives bedst omgivet af andre, imens andre mennesker har det sværere i sociale sammenhænge. Det kan virke som en udfordring, at skulle designe interaktive deltageraktiviteter, som rummer alle, både ekstroverte og introverte. Hvis man ønsker at ens besøgende skal socialisere sig med hinanden, er der dog tiltag, der vil gøre netop socialiseringen en smule nemmere for dem det ikke falder helt naturligt.

Nina Simon beskriver hvordan sociale objekter, altså håndgribelige artefakter, kan hjælpe socialiseringsprocessen for de fleste (Simon, 2010). Med håndgribelige menes der ikke nødvendigvis, at de er fysiske, men som Sartre beskriver værensfænomenet, som værende noget, der manifesterer sig for os i en sådan grad, at vi kan snakke om det⁸. Således er det sociale objekt, altså noget som de besøgende kan snakke om i deres møde med hinanden. Simon argumenterer, at det at have fokus på en tredje ting fremfor hinanden kan gøre den interpersonelle situation mere komfortabel. Samtidig nævner Simon, at dette netop er tilfældet for en række af sociale medier, som eksempelvis Flickr, hvor omdrejningspunktet er billeder, eller et cykelforum, hvor man kan give hinanden gode råd eller bytte reservedele. Her foregår interaktionen altså igennem et objekt eller et tema.

Ifølge Simon kan det være en god idé at centrere socialiseringen omkring noget for brugerne håndgribeligt, så de i højere grad skal forholde sig til dette, end udelukkende at skulle forholde sig til hinanden.

PLUS-værdierne

PLUS-værdierne er skabt af Jens F. Jensen fra InDiMedia i Aalborg (Jensen J. F., 2006). PLUS-værdierne kan bruges både som analyse værktøj og som en slags rettesnor i udviklingen af nyt design. PLUS værdierne rækker et stykke længere end usability alene og er tænkt primært til digitale elementer som hjemmesider og app's, men jeg vil argumentere for, at man med fordel kan overføre værdierne til design, som brugere skal interagere med. Værdierne står for:

⁸ Se eventuelt næste kapitel om ”Videnskabsteoretisk baggrund” hvor værensfænomenet beskrives.

Playability: Designet skal være engagerende at bruge. Den skal byde på interessante udfordringer og samtidig tilfredsstillende brugeren jf. Flow teorien⁹.

Likeability: knytter sig til følelsen af at bruge designet. Her er tale om subjektiv fornemmelse ved at bruge designet, det skal være tilfredsstillende, lækkert og rart at bruge. Dette må undersøges igennem brugerundersøgelse inden et design lanceres.

Usability: Designet skal være brugbart og enkelt at tilgå. Let og behageligt at anvende. Igen må dette undersøges igennem brugerundersøgelse inden designet lanceres.

Sociability: Designets sociale kvaliteter. Skal give fornemmelse af fællesskab, at man kan dele oplevelsen med andre. Fornøjelse og glæde udledt af relationer. I nogle tilfælde kan designet i sig selv have nok ”personlighed og karakter” til at tilfredsstillende brugeren igennem en relation til programmet.

⁹ Flow teorien er udviklet af Mihaly Csizszentmihaly i 1980. Teorien går kort fortalt ud på, at der er en slags gylden zone imellem udfordringer og kedsomhed, imellem angst og kedsomhed. Når man befinder sig i denne zone, i midten, er man i flow og bliver opslugt af det man er i gang med.

Videnskabsteoretisk baggrund

Den videnskabsteoretiske baggrund for dette arbejde udgøres af en klassisk humanistisk værktøjskasse. Værktøjsskassen består af flere rum, der rummer nogle forskellige værktøjer, som i sin helhed anvendes til at opbygge dette speciale ud fra de byggesten, jeg har. Byggestenene skal, ved hjælp af de forskellige videnskabelige værktøjer, analyseres enkeltstående inden de samles og danner ét hele, nemlig dette speciale. Overordnet set er dette et udtryk for en arbejdsmetode, som har rødder i den hermeneutiske cirkel (Kjørup, 1996, s. 270), hvor delelementerne undersøges for at forstå den helhed, de indgår i. Det betyder således, at jeg antager en hermeneutisk arbejdsgang i min undersøgelse. Jeg søger altså at fortolke noget (Kjørup, 1996, s. 265). I dette tilfælde fortolker jeg en kvantitativ og kvalitativ undersøgelse af brugernes oplevelser med Parkmuseernes hjemmeside i arbejdet med at udvikle et nyt tiltag for Parkmuseerne, som kan give mening for både museerne og brugerne.

Undersøgelsen er bygget op med indledningsvist en spørgeskemaundersøgelse og dernæst interviews, for at finde frem til brugernes synspunkter og oplevelser. Dermed er undersøgelsen også et udtryk for en induktivistisk tankegang i den forstand, at jeg forsøger at undersøge nogle af brugerne for at finde ud af, hvilken teknologisk løsning der ville give mening at udvikle for Parkmuseerne (Chalmers, 1995, s. 30f.). På denne måde anvender jeg min undersøgelses population som generaliserbar base for hvad Parkmuseernes brugere ønsker af teknologiske muligheder i parkerne.

Fænomenologisk ontologi

I denne undersøgelse af parkmuseernes hjemmeside og brugernes oplevelser med denne lader jeg mig inspirere af fænomenologien, såvel som ontologien. Hvordan dette hænger sammen og kommer til udtryk, vil jeg beskrive i dette afsnit.

Hvis man skal koge det ned til én enkelt sætning, kan man forenklet og groft skitseret sige, at ontologien beskæftiger sig med *det der er* hvorimod fænomenologien knytter sig til *hvordan noget optræder* for nogen. Med andre ord, at ontologien knytter sig til det, der fremstår, og fænomenologien til individets opfattelse af det, der fremstår.

Overordnet set handler fænomenologien om at bevæge sig ud i felten og undersøge det, som viser sig for menneskets bevidsthed (Zahavi, 2005, s. 165f.). Edmund Husserl beskriver, at menneskets bevidsthed uafbrudt er rettet imod fænomener i verden, og at mennesket opfatter og forstår verden igennem denne. Denne måde hvorpå menneskets bevidsthed er rettet imod fænomenerne i verden kaldes *intentionalitet* og er en del af den *transcendentale* fænomenologi som Husserl var grundlægger af (ibid.). For mange er dette det ”klassiske” fænomenologi, som er blevet bygget videre på af efterhånden mange teoretikere. Én af dem, der har videreudviklet fænomenologien er Martin Heidegger. Heidegger beskæftiger sig med forholdet imellem menneskets bevidsthed og den verden som mennesket befinder sig i (Zahavi, 2005, s. 167ff.). Heidegger mener, at individet ikke kan ses adskilt fra den verden, som det er en del af – deres *livsverden*. Dette er grundlaget i den *eksistentialistiske* fænomenologi, som især beskæftiger sig med begrebet *væren-i-verden*.

Man kan argumentere for, at begreberne *væren-i-verden* og *intentionalitet* er to modstående begreber inden for fænomenologien. *Intentionaliteten* knytter sig udelukkende til bevidstheden hvorimod begrebet *væren-i-verden* dækker over, at man ikke kan undersøge bevidstheden alene, uden at tage stilling til den verden individet opfatter og er en del af. På trods af de modstridende måder begreberne beskriver

menneskets måde at eksistere i verden på, mener jeg godt, at begreberne kan bruges sammen i relation med hinanden, når blot man er opmærksom på deres forskellige baggrunde.

En anden teoretiker, som har bidraget til videreudviklingen af fænomenologien, og som vil influere denne undersøgelse en del, er Amedeo Giorgi. Giorgi har udviklet den *deskriptive* fænomenologi, der omhandler hvorledes fænomenologien kan danne metodisk udgangspunkt for forskning. Deskriptiv fænomenologi har som fokus at kortlægge og skildre et givent fænomen, som det fremstår for individet der oplever det, for efterfølgende at afklare det ud fra et videnskabeligt perspektiv (Giorgi, 1997, s. 6). Et af de vigtige punkter i Giorgi's deskriptive fænomenologi er nøjagtigheden, hvormed fænomenerne beskrives. Hvordan den deskriptive fænomenologi anvendes fra et mere praktisk synspunkt, vil blive beskrevet nærmere i kapitlet "Praktisk metode".

Sartre er en af nyere tids helt store spillere på den filosofiske scene. Han er blevet citeret og kritiseret i vidt omfang, men har uden tvivl haft stor indflydelse på mange. Og lige så vel som Sartre er blevet kritiseret, retter han også selv en kritik imod andre filosofers arbejde. Sartre er især kendt for værket "Væren og intet", hvor han blandt andet skriver om fremtrædelse som værende en målestok for væren. Altså, at noget eksisterer netop i kraft af dets fremtrædelse – dette kalder Sartre for *idéen om fænomenet* (Sartre, 2013, s. 9). Her bliver fænomenologien og ontologien så at sige sammenkoblet.

Sartre omtaler også fænomenet som det relative-absolutte. Med dette mener han, at fænomenet forbliver relativt, idet at fremtrædelsen kræver nogen, det kan fremtræde for. Samtidig er det absolut, fordi det fremtræder netop som det er. Sartre introducerer yderligere begrebet *værensfænomen*:

*"Tilsynekomsten er ikke understøttet af noget eksisterende, der er forskelligt fra den selv: Den har sin egen væren. Den første væren som vi møder i vores ontologiske undersøgelser, er således tilsynekomstens væren. (.....)
Fænomenet er det som manifesterer sig, og væren manifesterer sig på en eller anden måde for alle, eftersom vi kan tale om den, og vi har en vis forståelse for den. Således må der her være et værensfænomen, en værenstilsynekomst, der kan beskrives som sådan."*

(Sartre, 2013, s. 11)

Hertil tilføjer Sartre at ontologien knytter sig til beskrivelsen af værensfænomenet, netop som det manifesterer sig, uden mellemlid (Sartre, 2013, s. 12). Netop denne bemærkning ligger ikke fjernt fra Amedeo Giorgi's deskriptive fænomenologi i sin søgen efter at beskrive noget så præcist som det fremtræder (i fænomenologien) eller eksisterer (i ontologien). Den store forskel her er således hvad der beskrives, hvorimod fokus på nøjagtigheden er den samme.

Sartre beskriver 'Det ontologiske bevis' således: Bevidsthed er bevidsthed *om* noget, bevidstheden er rettet mod en væren. Man kan godt være bevidst om et fravær, men dette fravær optræder nødvendigvis på baggrund af et nærvær. Her er vi igen tilbage ved det ontologiske, det eksisterende.

I denne undersøgelse har Sartre sin berettigelse i kraft af genstandsfeltet for undersøgelsen. Sartre skelner imellem ontologien og fænomenologien, men kobler dem alligevel sammen. Genstandsfeltet i undersøgelsen er på den ene side det, som

eksisterer: Parkmuseerne, deres visioner, hjemmesiden, deres digitale muligheder og brugerne. Men på den anden side er det også det mere fænomenologiske: hvordan Parkmuseerne fremtræder for brugerne, hvordan hjemmesiden fremtræder for brugerne og hvilke muligheder, ønsker og begrænsninger, der fremtræder for brugerne. Det fænomenologiske islæt knytter sig således til brugerne og deres oplevelser og tanker, hvorimod det ontologiske knytter sig til andre eksisterende elementer.

Endnu et aspekt hvor Sartre er relevant at inddrage, er i forhold til Parkmuseernes erklærede visioner og idéer med samarbejdet. Når Sartre skriver om fremtrædelse som målestok for væren, kan man i nogen grad overføre dette til parkerne. Med tanke om, at det, der fremtræder, på sin vis bliver et bevis for eksistens, kan man se Parkmuseernes ønsker om fordybelse og sanselighed som en søgen efter at lære mere om vores eksistens. At betragte og sanse parkerne eller kunsten, viser ikke blot at parkerne, træerne, malerierne, planterne, skulpturerne og lignende er til stede – det bliver yderligere et håndgribeligt bevis på, at vi selv er til stede. Dette kobles fint sammen med Parkmuseernes ønske om at ”slippe speederen” en anelse og blot være til stede. Sansende, oplevende og udforskende.

For at vende tilbage til denne undersøgelse og at opsummere, vil undersøgelsen både være ontologisk i sin søgen efter at undersøge og beskrive det, der er. I dette tilfælde Parkmuseerne og deres visioner, hjemmeside og brugerne. Dette undersøges dels ved hjælp af Parkmuseernes egne beskrivelser af visionerne for projektet, og dels ved hjælp af brugerne i en analyse af deres oplevelser og tanker. Dermed rykker jeg mig samtidig imod en fænomenologisk tankegang ved også at undersøge fremtrædelsen for brugerne. Jeg er interesseret både i selve genstanden og genstandens fremtrædelse for brugerne.

Praktisk metode

I det ovenstående kapitel har jeg gennemgået de filosofiske overvejelser bag dette speciale. I dette kapitel vil jeg gennemgå de mere praktiske metoder bag undersøgelsens empiri. Først og fremmest vil jeg gennemgå, hvordan den deskriptive fænomenologi danner en metodisk fremgangsmåde i arbejdet med empiri set ud fra denne undersøgelses kontekst.

Den deskriptive fænomenologi i undersøgelsens kontekst

Som før beskrevet vil den deskriptive fænomenologi influere denne undersøgelse. Giorgi har opstillet fem trin for en fænomenologisk undersøgelse. Disse fem trin vil jeg, med udgangspunkt i min egen fremgangsmetode i undersøgelsen, beskrive her.

1. *Collection of verbal data*
2. *Reading the data*
3. *Breaking the data into some kind of parts*
4. *Organizing and expression of the data from a disciplinary perspective*
5. *Synthesis or summary of the data for purposes of communication to a scholarly community*

(Giorgi, 1997, s. 9)

Som tidligere nævnt er denne undersøgelse af Parkmuseernes hjemmeside både kvalitativ og kvantitativ. Jeg har derfor valgt at se Giorgis *Collection of verbal data* som en mere generel indsamling af data – i mit tilfælde kvalitativ og kvantitativ. Giorgis fem trin i den deskriptive fænomenologiske undersøgelse tager udgangspunkt i verbal data – altså kvalitativ data. Denne undersøgelse er dog bygget op over en metodetriangulering med to former for empiri – kvalitativ og kvantitativ. I det næste afsnit bliver metoderne bag disse to former for empirisk arbejde præsenteret og beskrevet. Ligeledes vil jeg kort gennemgå tankerne bag denne form for metodetriangulering. Jeg vil her starte med at beskrive de 5 trin i den fænomenologiske undersøgelse.

Collection of data knytter sig som tidligere nævnt til indsamlingen af både den kvantitative og den kvalitative data i denne undersøgelse. Disse to former for empiri er helt konkret en spørgeskemaundersøgelse suppleret med uddybende interviews. Indsamlingen af data er mere udførligt beskrevet under henholdsvis afsnittet Kvalitativ og kvantitativ metode i de følgende afsnit. Her skal det dog nævnes, at jeg i denne undersøgelse ikke har indsamlet empirien simultant, men derimod efterfølgende hinanden. Det vil sige, at jeg først har indsamlet data via spørgeskemaet for herefter at gennemgå Giorgi's trin to og tre ud fra denne data. Dette har gjort mig i stand til at se, om der var noget særligt, jeg skulle have mere eller mindre fokus på i interviewene.

Reading the data er det plan, hvor man skaber sig et overblik over den indsamlede data. Her kigger man altså på den indsamlede data som en helhed, for at få en idé om den holistiske enhed, som dataene udgør (Giorgi, 1997, s. 9).

Breaking the data into some kind of parts lægger op til, at man kigger på delene af ens data mere enkeltvis. Ved den kvalitative data er det her kodningen foregår. Jeg har valgt ikke at transskribere den komplette data jeg har fået igennem mine interviews, da det er en meget tidskrævende proces. Fremfor den komplette transskription har jeg valgt en transskription baseret på afsnit som indeholder meninger om de temaer jeg søger at undersøge. I praksis betyder dette, at størstedelen af interviewene er transskriberede, men der forekommer på lydoptagelserne nogle

udsagn, som ikke synes videre relevante for undersøgelsen og som ikke er transskriberede. Dette kan være, hvis samtalen har taget en drejning, eller hvor jeg som interviewer fortæller om en oplevelse, jeg selv har haft i forbindelse med et museumsbesøg, for at gøre interviewdeltagerne trygge og for at lede dem ind på et emne, de måske ikke umiddelbart havde så meget at sige om. De transskriberede afsnit har jeg herefter kodet ud fra temaerne. Min kodning er således foregået på baggrund af de menings dele, som indgår i respondenternes udtalelser (Giorgi, 1997, s. 10).

Organization and expression of the data from a disciplinary perspective knytter sig til den mere analyserende del af undersøgelsen. Når Giorgi henviser til at bruge et disciplinært sprog, handler det om, at man anvender videnskabelige termer og begreber til at forstå og formidle dataene (Giorgi, 1997, s. 10). Giorgi påpeger, at respondenterne vil udtale sig med baggrund i deres hverdagsliv og deres livsverden (ibid.). Disse udtalelser skal her sættes i et videnskabeligt perspektiv. Her kan det nævnes, at min egen intentionalitet har stor indflydelse på det disciplinære sprog. Min bevidsthed er rettet imod nogle bestemte begreber, der kan hjælpe mig med at belyse og besvare min problemformulering. Således bliver sproget påvirket af den referenceramme, jeg har valgt at anvende i specialet.

Synthesis or summary of the data for purposes of communication to a scholarly community. Dette sidste af Giorgis fem trin, knytter sig til udformningen af dette speciale. Her henvises både til specialet som helhed, men især til analyse og diskussionsdelene. I dette trin søger jeg at videreformidle og fremlægge min undersøgelses data og analysen heraf. I dette trin vil sammenhænge og eventuelle forskelle blive fremlagt ligesom dataene vil blive sammenkoblet og videreformidlet i det disciplinære sprog.

Metodetriangulering

Jeg har valgt at bruge både kvalitativ og kvantitativ empiri, da de to former komplementerer hinanden fint. Hvis man stiller det helt enkelt op, kan man sige, at den kvantitative metode er god til at sige lidt om mange og at den kvalitative metode er god til at sige meget om få. Dette er naturligvis ikke så begrænset i den virkelige verden, men der er alligevel en tendens til, at metoderne bliver anvendt således. Jeg vil gerne undersøge, hvad brugerne synes om Parkmuseernes hjemmeside og hvordan man ville kunne tage andre digitale løsninger i brug, for at opnå en større brugerinddragelse. Disse spørgsmål undersøges mest fyldestgørende med en kombination af de to metoder. Et spørgeskema alene ville sandsynligvis give et andet billede af brugeroplevelsen, end det der bliver resultatet af de to metoder kombineret. Metodetrianguleringen skulle gerne bidrage til en styrket validitet i undersøgelsen, da emnet bliver belyst ud fra de to kombinerede metoder.

Spørgeskemaet er udarbejdet og distribueret forud for de kvalitative interviews. På denne måde kan data fra spørgeskemaet være bidragende til at angive en retning, som de kvalitative interviews kan rettes imod.

Kvantitativ metode

Den kvantitative empiri er indsamlet via et spørgeskema. Spørgeskemaet er bygget op via Google Docs, da det er det gratis survey tool, der har flest muligheder hvad angår antal af spørgsmål og respondenter, samt grafiske muligheder til analyse. I de følgende afsnit vil jeg gennemgå de anvendte metoder i forbindelse med indsamlingen af den kvantitative empiri.

Indsamling af respondenter - generaliserbarhed og repræsentativitet

Det færdige spørgeskema er delt via Facebook til både eget netværk og via *Pages* for Parkmuseerne og SMK. På den måde er spørgeskemaet tilgængeligt for mere end 35.000 mennesker. Det skal her nævnes, at man kun ser spørgeskemaet i grupperne, hvis man aktivt klikker sig ind på gruppen. Således når spørgeskemaet langt fra ud til alle 35.000. Går man ud fra de 35.000 som enquettegruppe, giver dette naturligvis en høj bortfaldsprocent (Hansen & Andersen, 2000, s. 98f.).

Realiteten er som nævnt, at man aktivt skal opsøge siderne på Facebook og selv hvis man har klikket sig ind på siden, vil linket til spørgeskemaet ikke være placeret øverst på siden, men derimod et stykke nede – det er altså langt fra det første, man ser på Parkmuseerne og SMK's pages. Der er taget kontakt til ansvarshavende på SMK og Parkmuseernes Facebook pages med henblik på at få delt spørgeskemaet den vej igennem, da det ville øge synligheden. Der har dog ikke været interesse i at dele spørgeskemaet, da deres erfaringer er, at brugerne bliver irriterede over denne form for deling af spørgeskemaundersøgelser.

Spørgeskemaet er delt via Facebook for at ramme respondenter, som benytter sig af internettet. At dele skemaet i disse grupper er gjort for at ramme respondenter, som interesserer sig for Parkmuseerne i håb om, at nogle af disse har besøgt hjemmesiden før. Facebook bliver ikke længere kun brugt af unge¹⁰, dermed rammer spørgeskemaet potentielt også nogle fra den klassiske primære museums målgruppe, der typisk bliver benævnt som kvinder 65+ (Jensen & Lundgaard, 2014, s. 10).

Alligevel er der stor risiko for, at undersøgelsen ikke bliver fuldstændig repræsentativ for den brede danske befolkning. Dette er dog heller ikke formålet med undersøgelsen. Målet er at ramme gruppen af brugere af Parkmuseernes hjemmeside for at få et indblik i deres holdning til siden. Repræsentativitetsproblemet opstår, da jeg i denne undersøgelse ikke har en på forhånd fastlagt population og ingen kontrol over hvilke respondenter, jeg får. Respondenterne er således indhentet via tilfældig udvælgelse (Hansen & Andersen, 2000, s. 77ff.).

Udformning af spørgeskemaet

Overordnet set kan man opstille to variabler, som jeg vil søge at belyse via spørgeskemaet. Den ene variabel drejer sig om hjemmesiden som informationskanal. Denne variabel vil blive undersøgt igennem spørgsmål der omhandler informationerne på hjemmesiden. Den anden variabel omhandler niveauet af brugerinddragelse på hjemmesiden. Denne variabel vil blive undersøgt igennem spørgsmål omhandlende netop brugerinddragelse.

Spørgeskemaet er opbygget med primært lukkede spørgsmål med forud formulerede svarmuligheder (Hansen & Andersen, 2000, s. 105f.). En af tankerne med dette var, at spørgeskemaet ikke skulle tage alt for meget tid for respondenterne at svare på. Samtidig er det en gevaldig hjælp til analysearbejdet, da dette giver kvantificerbar data, hvorfra man kan udlede procentuelle værdier omkring folks oplevelser. Dog er et enkelt spørgsmål udformet som et åbent spørgsmål, hvor folk selv skal skrive deres svar (ibid.). Dette er gjort i et forsøg på at få så ærlige svar som muligt uden at påvirke respondenterne. Spørgsmålet er dog samtidig ikke påkrævet og det kan resultere i et lavt antal af svar. Dette mere åbne og kvalitative spørgsmål afslutter spørgeskemaet. Spørgsmålet omhandler hvorvidt respondenterne ønsker, at noget på siden var anderledes. Og netop i dette anliggende er der fare for at lægge ord i munden på respondenterne ved forud formulerede svarmuligheder.

¹⁰ Tal fra 2013 viser en stor stigning af især ældre brugere på Facebook. (Nielsen L. D., 2013).

Spørgeskemaet lægger ud med en række demografiske og faktuelle spørgsmål (Hansen & Andersen, 2000, s. 102). Disse spørgsmål følges op af en række holdningsspørgsmål, der har til formål at undersøge respondenternes holdning til Parkmuseernes hjemmeside (ibid.). Som tidligere beskrevet, er spørgeskemaet udformet via Google Docs. Herigennem har jeg haft mulighed for at indbygge et filter i spørgeskemaet, som leder respondenterne videre afhængig af hvilket svar, de angiver. Denne mulighed er benyttet i ét enkelt tilfælde, nemlig i spørgsmålet om hvorvidt man har besøgt Parkmuseernes hjemmeside før. Har man besøgt hjemmesiden før ledes man videre til spørgsmålene, der omhandler holdningen til hjemmesiden. Har man ikke besøgt hjemmesiden før afsluttes spørgeskemaet. Denne fremgangsmetode er valgt, da folk der ikke har set hjemmesiden ikke kan svare på spørgsmål angående deres holdning til siden.

De fleste holdningsbaserede spørgsmål er bygget op med svarmuligheder som en ordinalskala (også kaldet likertskala) (Hansen & Andersen, 2000, s. 117f.). Her kan nævnes eksempler hvor skalaen går fra *slet ikke* til *i høj grad* og fra *aldrig* til *ofte*. Skalaerne er bygget op over fem mulige svar, således at der er en svarmulighed, der er neutral. Dette kan medføre at nogle respondenter vil vælge denne svarmulighed fordi de ikke lige kan tage stilling til spørgsmålet, men alternativet kan medføre irritation hos respondenterne og i værste fald medføre bortfald. Derfor går skalaen fra 1-5 og inkluderer dermed den neutrale svarmulighed. Spørgeskemaet er vedlagt som bilag 6.

Reliabilitet og validitet

Reliabiliteten, eller pålideligheden i undersøgelsen, handler om hvorvidt en undersøgelse er fri for tilfældige målefejl (Hansen & Andersen, 2000, s. 145). Reliabiliteten kan påvirkes af måden, hvorpå et givent spørgsmål er formuleret. (Jensen & Knudsen, Analyse af spørgeskemadata med SPSS, 2006, s. 20). Et eksempel på dette kan være spørgsmål med fortolkningsmuligheder såsom ”ofte” eller ”sjældent”. Disse ord kan respondenterne have vidt forskellig opfattelse af (ibid.). Netop denne type spørgsmål er dog alligevel medtaget i undersøgelsen, da jeg i dette tilfælde er mere interesseret i brugernes egen opfattelse af eksempelvis hyppigheden af besøg i parkerne, end noget egentligt målbart. Jeg vil gerne vide om brugerne selv føler, at de bruger parkerne meget, fremfor hvor meget de egentlig bruger dem. Respondenterne kan have hver deres tolkning af ordene ”ofte” og ”sjældent”, men da interessen ligger mere i deres egen opfattelse, har jeg valgt at formulere spørgsmålene på denne måde alligevel. Svarene kan dog af den grund ikke bruges til at sige noget om, hvordan det reelt forholder sig med hyppigheden af besøgene i parkerne. Selvom spørgsmålet lægger op til respondenternes fortolkning, kan der være en fordel ved denne type spørgsmål. Havde spørgsmålet været formuleret anderledes, for eksempel ”Hvor mange gange har du besøgt nogle af parkerne inden for de sidste 12 måneder”, havde det stillet nogle andre krav til respondenterne i form af hukommelse. Dette havde ligeledes kunnet medføre reliabilitetsproblemer (Hansen & Andersen, 2000, s. 146).

Validiteten går derimod på det, der kaldes systematiske fejl i målingen. Med det menes der, hvorvidt målingen er gyldig og dermed måler på det, der var hensigten at måle (Hansen & Andersen, 2000, s. 148). Som tidligere beskrevet, var der især to variabler, jeg ville undersøge igennem dette speciale. Den ene variabel drejer sig om brugeroplevelsen, den anden variabel omhandler mulighederne for digitale tilbud. Den første variabel har været mit hovedfokus igennem udformningen af spørgeskemaet, især hvad angår brugernes oplevelser med hjemmesiden. Derudover

ville jeg gerne vide noget om brugerne og brugernes kendskab til museerne og parkerne.

Spørgeskemaet starter med de demografiske spørgsmål for at få noget viden om respondenterne. Herefter følger spørgsmål, der måler på respondentens kendskab til museerne og parkerne. Efter disse spørgsmål deles spørgeskemaet således, at de respondenter, der ikke har besøgt Parkmuseernes hjemmeside før, afslutter spørgeskemaet, og de respondenter der har besøgt hjemmesiden, ledes videre til de spørgsmål, der måler på fornævnte variabler. De spørgsmål, der gerne skulle måle på den første variabel, omkring hjemmesiden som informationskanal, går på hvorvidt respondenterne finder de informationer de søger, og om de synes, at siden er nem at bruge. Yderligere er tilføjet spørgsmål om respondenternes primære formål med at besøge siden og hvorvidt siden lever op til dette formål. Disse spørgsmål skulle gerne måle på om brugerne bruger siden som informationskanal i samme grad som museerne. Dog må man medtænke at brugerne måske har lært at bruge museumssider efter hvordan siderne er bygget op. Altså at brugerne har vænnet sig til at bruge museumssider som informationssøgning, da de ved, at det netop er informationer der tilbydes på siderne.

Analyseplan

Forud for indsamlingen af den kvantitative empiri har jeg gjort mig nogle overvejelser omkring den forestående analyse af data. De ovenstående diskussioner omkring den kvantitative metode må tænkes ind i analysen, både hvad angår reliabilitet, validitet, repræsentativitet og generaliserbarheden. Overordnet set kan man sige, at den kvantitative data vil blive analyseret ved at kigge på forskelle og ligheder i dataene. Da spørgeskemaet er udarbejdet i Google docs bliver dataene vist som grafer og diagrammer. Disse kan bidrage til et større overblik over den indsamlede data.

Kvalitativ metode

Som supplement til den kvantitative empiri og metode vil denne undersøgelse inddrage kvalitativ empiri og derfor ligeledes kvalitativ metode. Denne kvalitative empiri har form af interviews. I det følgende afsnit vil jeg gennemgå metoderne bag den kvalitative del af undersøgelsen.

Indsamling af kvalitativ empiri

Den kvalitative empiri i undersøgelsen består af interviews med en håndfuld brugere eller potentielle brugere af parkerne og museerne. Den kvalitative undersøgelse vil undersøge især tre variabler: brugernes tilgang til parkerne og museerne, brugernes holdning til teknologi og brugernes tanker om parkmuseernes visioner. Disse tre variabler vil blive inkluderet i spørgsmålene i min interviewguide. Slutteligt har jeg opstillet et scenarie for interviewdeltagerne for at teste deres holdninger til min første iteration af oplevelsesbaseret design til parkerne.

Forud for interviewene har jeg udarbejdet en løs interviewguide. På den måde søger jeg at afholde semistrukturerede interviews (Russel, 2001, s. 209ff.). Tanken er, at jeg igennem de semistrukturerede interviews kan bruge interviewguiden til at føre samtalen i en bestemt retning og sørge for at jeg ikke udelader vigtige spørgsmål, men samtidig også tillader plads til at samtalen kan tage en drejning, og at respondenterne i nogen grad kan være med til at styre samtalen, hvis det giver mening. Russells beskrivelser af et ustruktureret eller semistruktureret interview tager udgangspunkt i et antropologisk arbejdsfelt, hvor intervieweren ønsker at skabe et indgående kendskab til deltageren (Russel, 2001, s. 208). I min undersøgelse er det ikke så meget den deltagende, men snarere den deltagendes oplevelser med et specifikt emne,

jeg ønsker at undersøge. Herunder den deltagendes opfattelse af museer, parker, afslapning, teknologi etc. Derfor er det vigtigt, at jeg stadig har emnet i fokus og kan vende tilbage til spørgsmål i min interviewguide. Samtidig ønsker jeg at få den deltagendes ærlige og uforbeholdne mening, uden for meget påvirkning fra min – interviewerens - side. På den måde passer det semistrukturerede interview bedst i denne sammenhæng og til den kvalitative undersøgelse. Min interviewguide er efter tidligere erfaringer opbygget som en række mindmaps under forskellige overskrifter eller temaer. Den færdige interviewguide er vedlagt som bilag 4.

Deltagerne i mine interviews er ikke fuldstændig anonyme, men anonymiserede i den grad, at de kun fremstår med deres fornavne. Jeg er bekendt med deres fulde navne og identitet, men har valgt at lade dem fremstå som delvist anonyme under fornavne i rapporten. Jeg har oplyst deltagerne om, at de vil fremstå under deres fornavne. Ligeledes har jeg fortalt deltagerne, at interviewene ikke er en test af dem og deres holdninger, og at der derfor ikke er nogle rigtige eller forkerte svar på spørgsmålene. Jeg er interesseret i deres uforbeholdne meninger. Disse forholdsregler bidrager forhåbentlig til at deltagerne kan føle sig trygge i situationen og tør være åbne og ærlige (Russel, 2001, s. 210f.). Hvis samtalen er gået lidt i stå, eller den deltagende måske ikke helt er klar over, hvad jeg mener med et spørgsmål, har jeg i nogle tilfælde valgt at fortælle om egne oplevelser for netop at gøre den deltagende så tryk som muligt ved situationen. De spørgsmål som er en del af interviewguiden er forsøgt holdt så neutrale som muligt for ikke at påvirke de deltagendes svar. I nogle tilfælde har der dog været behov for at uddybe, eller der er blevet stillet supplerende spørgsmål, som ikke var planlagt på forhånd. Disse spørgsmål er opstået i situationen og kan i enkelte tilfælde muligvis have påvirket de deltagendes svar en anelse.

Et enkelt interview skiller sig ud fra de andre, da det er afholdt som et dobbeltinterview. Dette skyldes nogle rent praktiske udfordringer hvad angår tid og sted, hvor det var muligt at afholde interviewet. Det drejer sig om et ungt kærestepar, der pludselig meldte tilbage med kort varsel, at de kunne deltage. Jeg valgte derfor at interviewe dem på trods af de praktiske udfordringer. Denne interviewsituation, hvor to der kender hinanden godt er blevet interviewet sammen, kan muligvis have bidraget til de deltagendes tryghedsfølelse undervejs. Samtidig er museumsbesøg for dem et meget socialt anliggende og nogle af deres eksempler på museumsbesøg er netop fra fælles oplevelser. På den måde har situationen gjort, at de kunne hjælpe hinanden i forhold til hukommelse. Yderligere kan det give et indblik i hvordan de, som et ungt kærestepar, bruger parkerne og sammen.

Analyseplan

Nøjagtig som beskrevet under afsnittet om kvantitativ metode, har jeg forud for indsamlingen af den kvalitative empiri gjort mig nogle overvejelser vedrørende analysen. På trods af, at jeg forud for mine interviews ikke ved, hvad de deltagende vil sige, kan jeg forberede mig på hvordan jeg vil behandle dataene fra interviewene. Disse tanker og forberedelser vil blive præsenteret her.

Først og fremmest har jeg valgt ikke at lave en komplet transskription af interviewene. Dette valg er truffet dels ud fra et tidsperspektiv, men til dels også fordi et interview med en løs interviewguide nogle gange kan tage en drejning, hvor dele af samtalen er mindre relevant for den givne undersøgelse. Størstedelen af interviewene vil dog blive transskriberet og vedlagt som bilag 8, 9 og 10. Efter interviewene er blevet afholdt vil de blive gennemlyttet med henblik på at få et overblik over data, som Giorgi beskriver det under *Reading the data* (Giorgi, 1997, s. 9). Først herefter

vil dele af interviewene blive transskriberet, så disse dele efterfølgende kan kodes. Under kodningsforløbet vil der blive anvendt temaer, eller kategorier, til at sortere i respondenternes udtalelser. Ligeledes vil der givetvis i nogle tilfælde blive foretaget en meningskondensering af længere udtalelser (Kvale, 1997, s. 190). Efter tematiseringen af respondenternes udtalelser kan der analyseres og kigges efter sammenhænge i de deltagendes oplevelser.

Iterativ designmetode

Undersøgelsen af brugernes erfaringer, herunder både deres oplevelser med Parkmuseernes hjemmeside, undersøgt igennem spørgeskemaet, samt brugernes erfaringer med museer, teknologi, afslapning og parkerne, undersøgt igennem interviews, tjener det formål at danne baggrund for min designudvikling.

Respondenterne fra spørgeskemaet og interviewdeltagerne er således min brugergruppe. Ud over brugerundersøgelserne danner en udvalgt række af teorier yderligere baggrund for designudviklingen. Dermed opstår der et samspil imellem teori og empiri, hvor begge dele er af væsentlig betydning for idéudviklingen.

Arbejdet med teorierne og empirien betyder, at designudviklingen foregår i iterationer, hvor processen bevæger sig imellem undersøgelser, konceptudvikling og testning. Den cirkulære proces sikrer, at man kan tilpasse sit design i takt med, at man gør sig nye erfaringer igennem undersøgelser og teorier. Mike Kuniavsky beskriver det således: *"Iterative development is based on the idea of continual refinement through trial and error"* (Kuniavsky, 2003, s. 28). Den iterative arbejdsproces lægger op til, at ens design testes igennem flere af dets stadier, så man kan rette løbende i udviklingen.

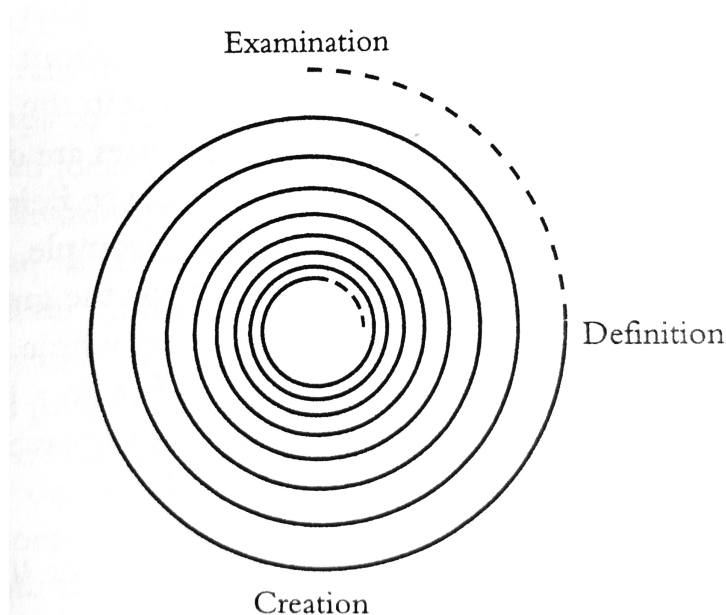


Figure 4: Iterativ cirkel

Igennem dette speciale indgår spørgeskemaundersøgelse, interviews og teorier i to beskrevne iterationer. Herigennem bliver den første idéudvikling testet i mine interviews, hvor deltagerne forholder sig til et beskrevet scenarie.

Gennemgang og analyse af spørgeskemadata

I forgående kapitel har jeg beskrevet lidt af den proces jeg har gennemgået med udviklingen af spørgeskemaet samt arbejdet med at indsamle respondenter. Dette kapitel omhandler analyse af resultaterne fra spørgeskemaet. Analysen begynder ved de demografiske data, for at danne et overblik over respondenterne.

Demografisk data

Der er indhentet svar fra 77 respondenter til spørgeskemaet. Iblandt disse respondenter er der en klar overrepræsentation af kvinder. 68,8 % er kvinder og dermed er de resterende 31,2 % mænd, da ingen har valgt den sidste mulighed ”andet”. Altså er mere end to tredjedele af respondenterne kvinder.

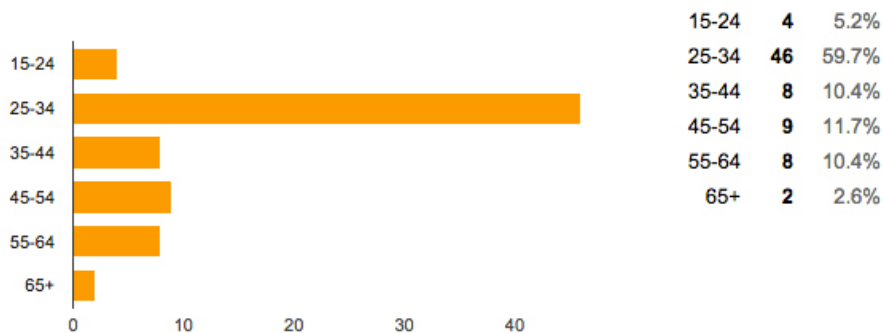
Køn



Figur 5: Respondenternes køn.

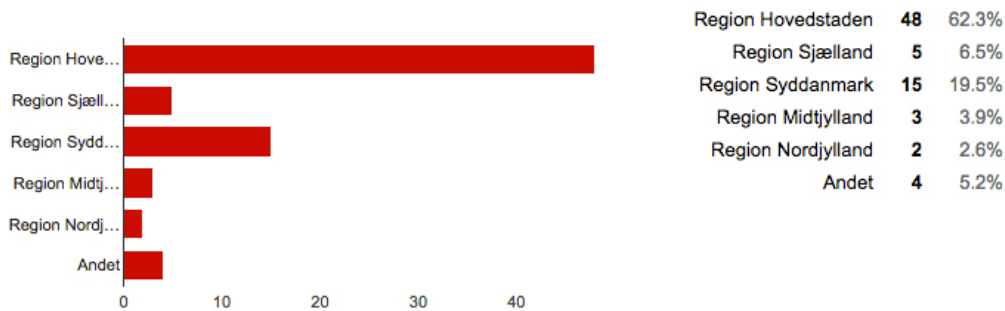
Ligesom der er en overrepræsentation af kvinder blandt respondenterne, er der yderligere en overrepræsentation af gruppen på ”25-34 år” da hele 59,7 % hører til denne gruppe. Den yngste og ældste gruppe er kun repræsenteret med henholdsvis 5,2 % og 2,6 %. De resterende tre aldersgrupper der repræsenterer respondenterne fra 35-64 år fordeler sig med 10-11 %.

Alder

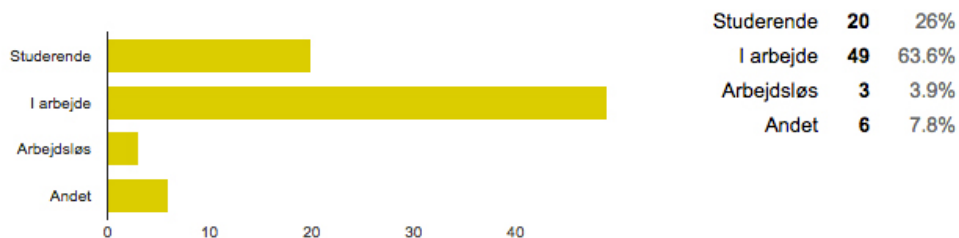


Figur 6: Respondenternes Alder.

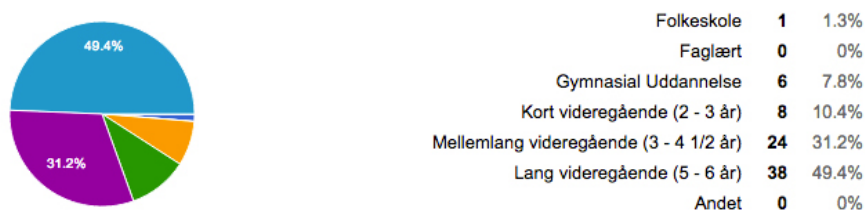
Hvad angår bopælsregionerne er der igen én gruppe, som er særligt overrepræsenteret. Hele 62,3 % af respondenterne er bosat i region Hovedstaden og der er et godt stykke ned til den næst førende bopælsregion nemlig region Syddanmark med sine 19,5 %. De resterende regioner og udlandet er kun repræsenteret med 2-6 %.

Bopæl**Figur 7: Respondenternes bopælsregion.**

De fleste af respondenterne er i arbejde. Dette er gældende for 63,6 %. 26 % er studerende. 3,9 % er arbejdsløse og 7,8 % har svaret "andet". Dermed er langt størstedelen af respondenter i beskæftigelse, hvad end det er som arbejdende eller studerende.

Beskæftigelse**Figur 8: Respondenternes beskæftigelse.**

Næsten halvdelen af respondenterne hører til gruppen, der har en lang videregående uddannelse, dette gør sig gældende for 49,4 %. Dertil har lidt under en tredjedel af respondenterne en mellemlang videregående uddannelse, nemlig 31,2 %. Godt 10 % har en kort videregående uddannelse, 7,8 % en gymnasial uddannelse og 1,3 % har svaret folkeskole. Spørgsmålet var formuleret så respondenterne skulle angive deres senest afsluttede *eller* igangværende uddannelse. Dermed er det ikke sikkert, at alle der har angivet lang videregående uddannelse har færdiggjort uddannelsen endnu.

Uddannelse**Figur 9: Respondenternes uddannelsesniveau.****Opsamling på demografisk data**

Opsummerende kan man sige, at den typiske respondent på spørgeskemaet er en ung kvinde med lang videregående uddannelse, som er i arbejde og bosat i Hovedstadsregionen. At netop denne gruppe respondenter synes så markant overrepræsenteret kan skyldes flere faktorer, herunder må den primære være min indsamlingsmetode. Først og fremmest er respondenterne som før beskrevet primært

fundet igennem mit udvidede netværk på Facebook. Man kan tilmed argumentere, at de til dels ligner mig selv. En stor del af mit netværk stammer fra flere års skolegang: friskole, efterskoler, gymnasium, HF, Universitetet – dette har uden tvivl den betydning, at mange er forholdsvis jævnaldrende med mig. Det vil ikke være overraskende, hvis en del af dem der har besvaret spørgeskemaet, stammer netop fra mit universitetsnetværk. Det er dem, der selv kender til at have brug for respondenter og er dermed måske mere tilbøjelige til at hjælpe andre med at besvare spørgsmål. Dette giver naturligvis en stor del respondenter med mellemlang eller lang videregående uddannelse samt en stor gruppe der er bosat i København eller tæt på.

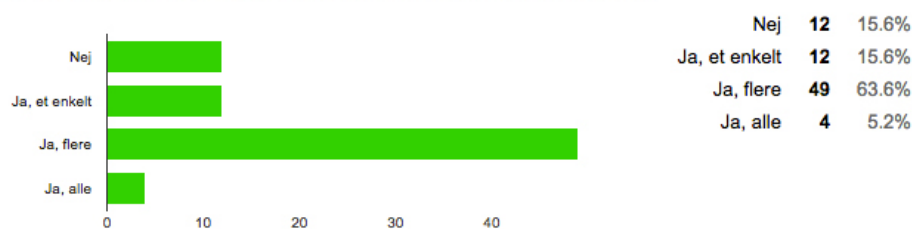
At den næststørste gruppe skal findes i region Syddanmark kan skyldes min egen opvækst på Fyn og at jeg derfor har venner og familie der, som har ønsket at hjælpe.

Nogle vil påstå, at kvinder er mere tilbøjelige til at besvare spørgeskemaer. Jeg har dog ikke noget at bygge denne påstand op på. Men er det tilfældet, kan dette yderligere være en medvirkende faktor til, at resultatet er en overrepræsentation af kvinder. Ligeledes kan den store gruppe af unge imellem 25-34 skyldes, at disse er mest aktive på nettet og måske især på sociale medier. Dette udsagn understøttes af en undersøgelse fra 2014 af Pew Internet, der viser at 97% af de 18-29 årige går online (Pallud & Straub, 2014, s. 364). Netop dette henviser Pallud og Straub til i deres undersøgelse, der ligeledes har en overrepræsentation af unge respondenter. I deres tilfælde skyldes dette dog, at respondenterne er hentet udelukkende iblandt Collegestuderende. Udsagnet bliver således mere et argument for metode i forhold til indhentningen af respondenter, end den bliver brugt som forklaring på resultaterne. Især i forhold til alder adskiller mine respondenter sig fra den arketypiske museumsgæst, som er kvinder over 65 (Jensen & Lundgaard, 2014, s. 10).

Kendskabet til Parkmuseerne

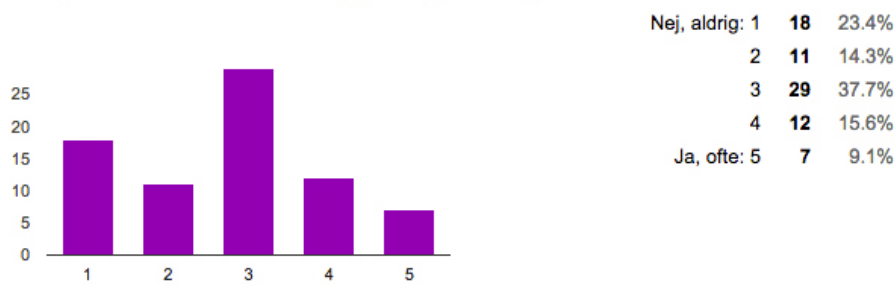
Langt de fleste af respondenterne har besøgt flere af de seks museer, der danner Parkmuseerne. 63,6 % svarer ”ja, flere” til spørgsmålet om, hvorvidt de har besøgt museerne før. 15,6 % har svaret ”ja, et enkelt” eller ”nej” og en lille del, nemlig 5,2 % har svaret, at de har besøgt alle museerne.

Har du besøgt nogle af de seks museer fra Parkmuseerne før?



Figur 10: Respondenternes kendskab til museerne.

Det næste spørgsmål, angående brugen af parkerne, er opbygget over en ordinalskala fra 1, i dette tilfælde ”nej, aldrig” til 5 ”ja, ofte”. Der er en overrepræsentation af svaret 3, altså den lidt neutrale mulighed i midten. Denne svarmulighed har 37,7 % valgt. Den svarmulighed næstflest af respondenterne har valgt er 1, altså at de aldrig bruger parkerne. Under en tiendedel af respondenterne har svaret, at de ofte bruger parkerne. Svarmulighederne 2 og 4 ligger på henholdsvis 14,3 % og 15,6 %.

Bruger du parkerne som museerne ligger i og omkring?**Figur 11: Respondenternes brug af parkerne.**

Hele 81,8 % af respondenterne har aldrig besøgt Parkmuseerne.dk. Dermed er det kun 18,2 % der har besøgt hjemmesiden. Da spørgeskemaet har et indlagt filter, der afslutter spørgeskemaet her, hvis respondenterne ikke har besøgt hjemmesiden før, er det således kun de 18,2 % af den samlede gruppe, der er ledt videre og har svaret på de næste spørgsmål.

Har du besøgt Parkmuseernes hjemmeside før?**Figur 12: Respondenternes besøg på hjemmesiden Parkmuseerne.dk.****Opsamling på Kendskabet til Parkmuseerne**

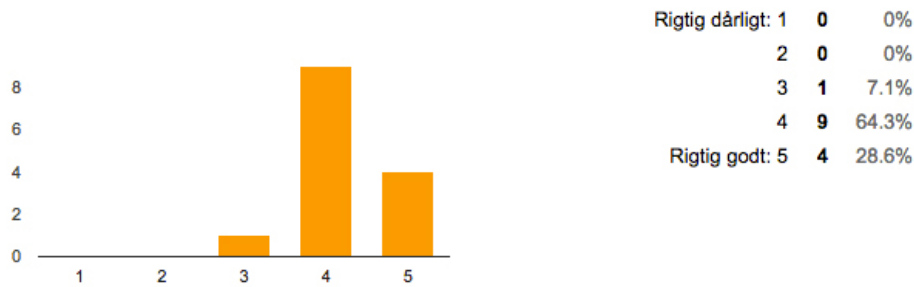
Der er generelt et stort kendskab til Parkmuseernes individuelle museer iblandt respondenterne. Det er altså kun 15,6 % der ikke har besøgt et eller flere af museerne. Spørgeskemaet søger dog ikke svar på hvilke af museerne respondenterne kender.

Derimod er det ikke en stor andel af respondenterne, der bruger parkerne. Ifølge Parkmuseerne selv har parkerne samlet et stort antal besøgende årligt (Bilag 2). Disse besøgende skal dog tilsyneladende ikke findes iblandt respondenterne. I blandt respondenterne er der ikke noget voldsomt stort kendskab til hjemmesiden. Mindre end hver femte har klikket sig ind på Parkmuseerne.dk. Dette reducerer min fortsættende gruppe af respondenter en smule. Hvis dette resultat dog skulle være repræsentativt for den generelle besøgsgruppe af Parkmuseerne, står det dog ikke så skidt til. Museerne har samlet set godt 1 million besøgende årligt (Bilag 2). Hvis ca. en femtedel af disse besøger hjemmesiden giver det trods alt 200.000 besøgende årligt. Det er dog ikke sikkert at dette er tilfældet. Da jeg delte mit spørgeskema, har jeg skrevet, at jeg var interesseret i at undersøge folks oplevelser med Parkmuseernes hjemmeside. Dette kan have den betydning, at nogle af respondenterne er blevet nysgerrige og har klikket sig ind på hjemmesiden forud for at udfylde spørgeskemaet. På den måde kan respondenterne være blevet påvirket til at besøge Parkmuseerne.dk.

Oplevelser af hjemmesiden

Respondenterne har generelt et fint indtryk af hjemmesiden. Det første spørgsmål drejer sig om det visuelle udtryk og er bygget op som en ordinalskala fra ”rigtig dårligt” til ”rigtig godt”. Ingen af respondenterne har svaret 1 eller 2 til dette spørgsmål. Der er altså ingen, der synes ”dårligt”, eller ”rigtig dårligt” om det visuelle udtryk. Størstedelen, nemlig 64,3 %, har angivet 4 som deres oplevelse af det visuelle udtryk, altså ”godt”. Lidt mindre end halvt så mange, nemlig 28,6 % har svaret, at de synes ”rigtig godt” om det visuelle udtryk. 7,1 %, altså en enkelt respondent, har valgt den mere neutrale valgmulighed ”hverken dårligt, eller godt”.

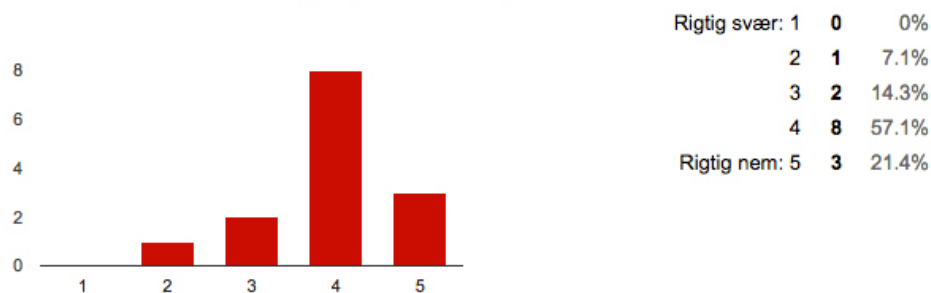
Hvad synes du om det visuelle udtryk på siden?



Figur 13: Respondenternes holdninger til det visuelle udtryk.

Det næste spørgsmål knytter sig til usability'en på siden, nærmere bestemt hvor nemt brugeren synes, at det er at finde rundt på siden. Dette spørgsmål er ligeledes bygget op som en ordinalskala. Her går skalaen fra ”rigtig svært” til ”rigtig nemt”. Igen er respondenterne positivt stemt over for hjemmesiden. 57,1 % har svaret at siden er ”nem” at bruge, 21,4 % har svaret at siden er ”rigtig nem”. 14,3 % af respondenterne har valgt den neutrale svarmulighed og en enkelt respondent, svarende til 7,1 % har svaret at siden var ”svær” at bruge. Ingen har angivet, at siden er ”rigtig svær”.

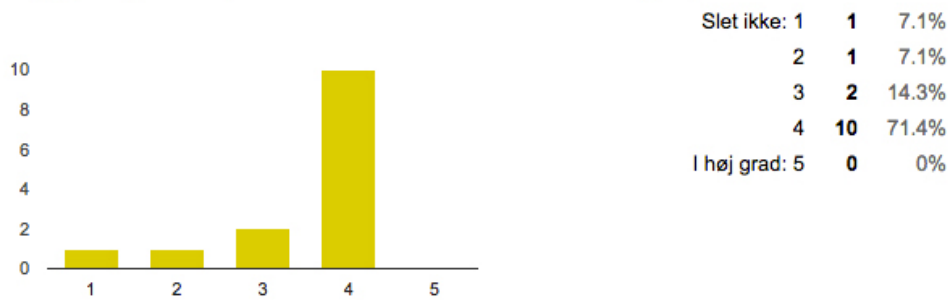
Synes du at siden er nem at bruge og finde rundt på?



Figur 14: Respondenternes oplevelse af nemhed på hjemmesiden.

Næste spørgsmål omhandler informationssøgningen på hjemmesiden. Jeg har spurgt respondenterne i hvor høj grad, de finder de informationer, de søger. Svarmulighederne er bygget op som ordinalskala fra 1-5. Fra ”slet ikke” til ”i høj grad”. To af respondenterne har svaret henholdsvis 1 og 2, ”slet ikke” eller ”i ringe grad”. Det giver 7,1 % til hver af de to svarmuligheder. Ligeledes har to respondenter, 14,3 % valgt svarmulighed 3, ”hverken eller” og hele 71,4 %, altså 10 respondenter har valgt ”i nogen grad”.

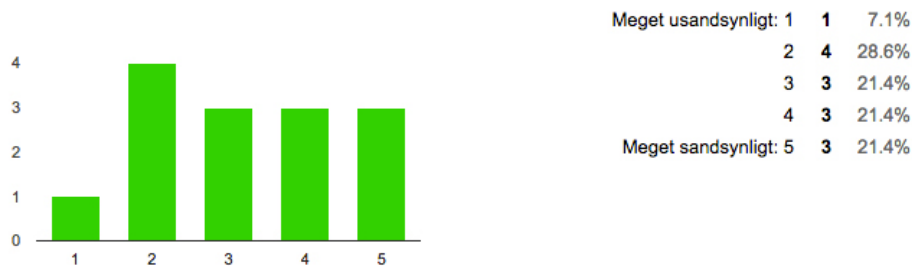
I hvor høj grad synes du, at du finder de informationer du søger på Parkmuseerne.dk?



Figur 15: Respondenternes oplevelser med informationssøgning på hjemmesiden.

Et spørgsmål der deler respondenterne er dette næste spørgsmål, der omhandler hvorvidt det er sandsynligt, at respondenterne vil besøge hjemmesiden igen. Svarmulighederne fordeler sig over en ordinalskala fra ”meget usandsynligt” til ”meget sandsynligt”. En enkelt respondent, 7,1 % mener, at det er meget usandsynligt. Fire respondenter, 28,6 %, mener, at det er usandsynligt. De resterende respondenter fordeler sig ligeligt på de sidste tre svarmuligheder med tre respondenter, 21,4 % på hver. Dette er således det spørgsmål, der indtil videre har splittet respondenterne mest.

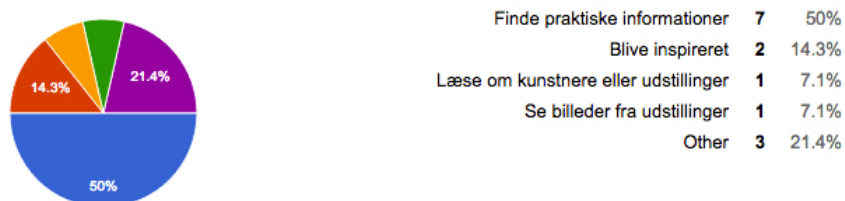
Hvor sandsynligt er det, at du vil besøge hjemmesiden igen?



Figur 16: Sandsynlighed af genbesøg.

Halvdelen af respondenterne, nemlig syv, besøger generelt museumssider med henblik på at finde praktiske informationer. 14,3 % vil gerne blive inspireret, 7,1 % ønsker at læse om kunstnere og udstillinger, og ligeledes 7,1 % vil gerne se billeder fra udstillinger. Tre respondenter, 21,4 % har valgt ”andet”, de har dog ikke benyttet sig af muligheden for at uddybe dette.

Hvad er dit primære formål med at besøge museers hjemmesider?

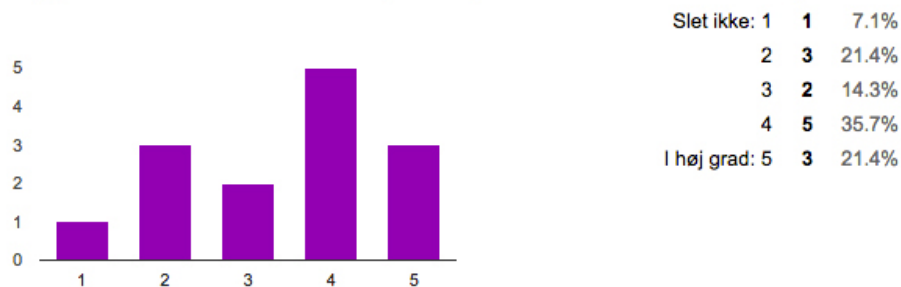


Figur 17: Respondenternes primære formål med besøg på hjemmesiden.

Ved spørgsmålet om i hvor høj grad hjemmesiden lever op til deres primære formål med at besøge siden, er svarene en smule delt. Svarene er opsat over en ordinalskala fra ”slet ikke” til ”i høj grad”. Der er størst enighed om, at hjemmesiden ”i nogen grad” lever op til det primære formål. Det synes 35,7 % af respondenterne. Det er

således en lille overrepræsentation. 21,4 % mener ”i høj grad”. 14,3 % har valgt den neutrale svarmulighed, ”hverken eller”. 21,4 % mener ikke, at siden lever op til deres primære formål og en enkelt respondent, 7,1 % har svaret ”slet ikke”.

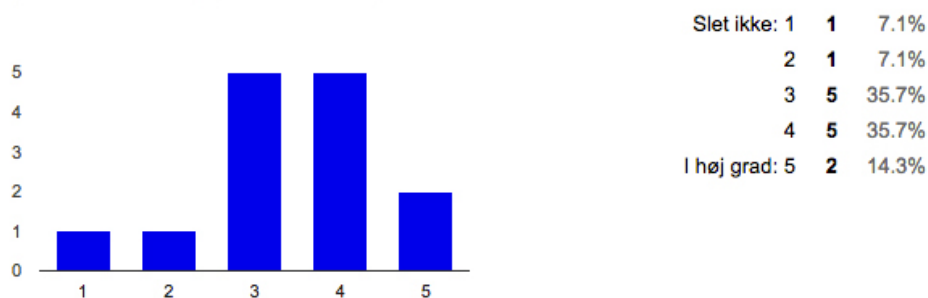
I hvor høj grad lever Parkmuseerne.dk op til dit primære formål med at besøge siden?



Figur 18: Respondenternes oplevelse af hjemmesidens opfyldelse af deres primære formål med besøg på hjemmesiden.

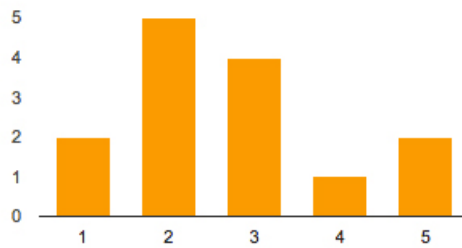
På spørgsmålet om hvorvidt hjemmesiden giver brugerne lyst til at besøge museerne, er der en overrepræsentation ved svarmulighederne 3 og 4. Altså får brugerne en lille smule lyst til at besøge Parkmuseerne efter et besøg på hjemmesiden. 35,7 % har svaret henholdsvis 3 eller 4. 14,3 % har i høj grad lyst til at besøge museerne efter at have klikket rundt på hjemmesiden. 7,1 % har svaret henholdsvis ”slet ikke” eller ”i ringe grad” til spørgsmålet. Det er altså to respondenter, der ikke får lyst til at besøge museerne.

Giver hjemmesiden dig lyst til at besøge museerne?



Figur 19: Respondenternes lyst til at besøge museerne efter besøg på hjemmesiden.

Det ser lidt anderledes ud med det sidste spørgsmål med svarmuligheder. Dette spørgsmål omhandler brugerinddragelsen og er ligeledes opstillet som en ordinalskala. Spørgsmålet undersøger, hvorvidt brugerne føler sig inddraget på hjemmesiden. 14,3 %, altså 2 respondenter, har svaret ”slet ikke”. Præcis lige sådan ser det ud for svarmuligheden ”i høj grad”. En enkelt respondent, 7,1 %, har svaret ”i nogen grad”. Dermed har den største gruppe af respondenter svaret 2 eller 3. Her fordeler svarene sig med 28,6 % på den neutrale svarmulighed og 35,7 % på ”i ringe grad”.

Føler du dig som bruger inddraget på siden?

Slet ikke:	1	2	14.3%
	2	5	35.7%
	3	4	28.6%
	4	1	7.1%
I høj grad:	5	2	14.3%

Figur 20: Respondenternes oplevelse af inddragelse.

Opsamling på oplevelser med hjemmesiden

Hvis man skal opsummere helt kort, så er brugerne overvejende positive over for hjemmesiden. Respondenterne er glade for det visuelle udtryk, og synes samtidig, at siden er nem at bruge. Respondenterne er ligeledes fint tilfredse med graden, hvormed de finder de informationer de søger. Derimod er respondenterne ikke så enstemmigt indstillet, hvad angår hvorvidt de vil genbesøge hjemmesiden. En stor del af respondenterne (50%) besøger museers hjemmesider med henblik på at finde praktiske informationer. Undersøgelsen her viser dog ikke om dette skyldes, at det er det brugerne har brug for, eller om det i høj grad også er det, som brugerne er vant til at finde. Altså, om vi som brugere har tillært os at bruge museumssider på en bestemt måde, efter hvad vi plejer at finde på museumssiderne. En lille gruppe af respondenterne vil gerne inspireres igennem deres besøg på hjemmesiden. Dertil kan det siges, at der er en lille overrepræsentation af brugere, der synes at hjemmesiden ”i nogen grad” lever op til deres primære formål med at besøge hjemmesiden. Lidt mere end en tredjedel har valgt denne svarmulighed. Lidt mere end en femtedel får ”i høj grad” opfyldt deres formål med at besøge hjemmesiden. Men samtidig synes ligeså mange, at siden ikke lever op til deres formål. Overordnet set er der dog en lille overvægt af respondenter, der er tilfredse med hjemmesiden set i forhold til deres formål med besøget på hjemmesiden.

Til spørgsmålet om hvorvidt respondenterne får lyst til at besøge museerne efter at have klikket sig rundt på siden, er svaret dog en anelse lunkent. De fleste har valgt den neutrale svarmulighed eller ”i nogen grad”. Hjemmesiden giver altså nogle af brugerne en smule lyst til at tage ud og besøge museerne. Brugere føler sig ikke meget inddraget på hjemmesiden, men er overordnet set tilfredse med Parkmuseernes side. Det er måske især værd at bemærke, at brugerne er glade for formen, altså både det visuelle og usability’en på hjemmesiden, og i nogen grad tilfredse med indholdet.

Opsamling på Spørgeskemadata

Igennem spørgeskemaet har jeg undersøgt brugernes oplevelser med hjemmesiden. Som tidligere beskrevet kan min gruppe af respondenter ikke siges at være generelt repræsentativ for Parkmuseernes brugere. Først og fremmest er gruppen af respondenter relativt ung. Flere af museerne har iværksat en række tiltag, der muligvis tiltrækker et yngre publikum. Eksempelvis holder Statens Museum for Kunst SMK Fridays med musik, mad og bar og Cinemateket har tidligere afholdt LP-aftener med tilhørende øl.

På landsplan er den typiske museumsgæst en kvinde på 65+ (Jensen & Lundgaard, 2014, s. 10). Som tidligere nævnt er mine respondenter ganske afvigende fra denne arketypiske museumsgæst, hvis vi ser isoleret på alderen. Respondenterne

er primært fra Hovedstadsregionen og har længere videregående uddannelser. Respondenterne er nu enten i arbejde eller studerende. Respondenterne kender og bruger museerne, men benytter sig ikke af parkerne i lige så høj grad. De er overordnet set glade for hjemmesiden, hvad angår udseende, nemhed og generel form. De finder rimeligvis de informationer de søger, som for de flestes tilfælde er praktiske informationer omkring museerne. Det er meget blandet, hvorvidt respondenterne giver udtryk for, at det er sandsynligt, at de vil genbesøge siden. Hjemmesiden lever nogenlunde op til respondenternes primære formål med at besøge siden og giver respondenterne en anelse mere lyst til at besøge parkerne. Dog føler respondenterne sig ikke særligt inddraget på hjemmesiden.

Kort diskussion af resultater

Overordnet set kan man altså sige, at hjemmesiden gør, hvad den skal. Den bringer de praktiske informationer til brugerne, som var Parkmuseernes ønsker til en hjemmeside og som samtidig også er det, som 50% af respondenterne i undersøgelsen faktisk efterspørger. Respondenterne søger primært praktiske oplysninger på museernes hjemmesider. Det er klart, at disse oplysninger skal være present på en sådan hjemmeside, så folk kan finde adresser, åbningstider, billetpriser etc. Samtidig er dette også det typiske formål fra museernes side. Måske bruger vi hjemmesiderne, som vi har lært. Havde fokus fra museerne for eksempel ligget mere på vidensdeling og baggrundshistorier om kunsten eller kunstnerne, ville vi som brugere måske søge dette mere på hjemmesiderne. Dette er umuligt at udlede ud fra denne undersøgelse, men er et interessant spørgsmål i en søgen efter meningsfulde digitale oplevelser for brugerne.

Hjemmesiden er med til at skabe en visuel identitet for Parkmuseerne, som respondenterne er ret glade for. Der hvor hjemmesiden derimod lader lidt tilbage at ønske drejer sig om brugerinddragelse og brugeroplevelse. Her kan man måske forestille sig, at en anderledes platform ville være relevant i arbejdet på at øge brugeroplevelsen hos brugerne. Med Parkmuseernes visioner in mente, vil det være oplagt at rykke oplevelserne ud i parkerne fremfor en hjemmeside, som tidligere ofte har hørt en stationær hjemmecomputer til. Nu er mange hjemmesider blevet responsive og kan derfor med større lethed tilgås fra mobiltelefoner. Dog er den æstetiske oplevelse herved noget anderledes end på PC.

Første iteration

På baggrund af dels spørgeskemadata, dels Parkmuseernes visioner følger her den første iteration i projektet ”Digital Parkvandring”. Målet med denne første iteration er at udvikle en idé til et digitalt design, der fordrer brugeroplevelse, samt at udarbejde en designbeskrivelse, der kan fungere som scenarie i mine interviews, så idéen kan testes herigennem.

Baggrund:

Parkmuseernes visioner indeholder blandt andet ønsket om at inddrage det grønne rum som en del af kulturoplevelsen i sammenhæng med museerne. Det grønne område anses som et rekreativt refugium, der fordrer sanselighed og langsommelighed samt nærvær og oplevelser. I denne henseende synes det ikke oplagt at inddrage skærmt teknologi i brugeroplevelsen – tværtimod. Med et digitalt design til Parkmuseerne virker det snarere hensigtsmæssigt at få folk til at kigge op fra deres telefoner, eller helt at lade den blive i lommen. Samtidig giver Parkmuseernes visioner om Slow Living i hovedstaden særdeles god mening, i netop de grønne områder, hvor brugerne kan sanse naturen og møde hinanden. Det digitale tilbud til brugerne må derfor tænkes ind i denne sammenhæng og blive en søgen efter at få brugerne til at opleve og sanse parkerne og naturen på en rolig og nærværende måde. Designet skal få brugerne til at stoppe op, måske undre sig og gerne inddrage nogle andre sanser end dem, der bliver til hverdag bliver stimuleret gennem computere og telefoner.

Idé:

Når brugerne køber en fællesbillet til Parkmuseerne, skal der medfølge et gummiarmbånd med en lille chip, eksempelvis en RFID chip¹¹. Tanken er, at når brugeren bevæger sig rundt i parkerne, vil der sidde en læser fordelt et par steder i træerne. Denne læser vil reagere på brugerens armbånd, når brugeren nærmer sig. Chippen vil kunne fungere som adgang til flere forskellige oplevelser, der kan stimulere brugernes sanser og guide brugerne til at finde forskellige ”skjulte” steder i parkerne.

Eksempelvis kan chipteknologien bruges i forbindelse med højtalere monteret i træerne, således at brugernes tilstedeværelse aktiverer højtalere. Her kan man indspille et symfoniorkester på forskellige lydspor og dermed aktivere et enkelt lydspor per tilstedeværende bruger. Hvis der kun er en enkelt person på stedet høres måske kun en violin, men hvis der står fem personer, kan der høres både violiner, cello, tromme, klarinet og klokkespil. Det senest tilføjede instrument vil fade ud, når en person bevæger sig uden for læserens rækkevidde.

Denne idé med symfoniorkesteret danner baggrund for det scenarie, jeg har opstillet til mine interviews. Scenariet er vedlagt som bilag 5.

¹¹ Fordelen med en RFID (Radio-frequency identifikation) chip fremfor eksempelvis NFC er rækkevidden hvormed chippen kan aflæses. Denne rækkevidde skal tilpasses efter hvor stort et område man ønsker at inddrage i designet.

Analyse af Interview

Jeg har afholdt tre interviews med i alt fire deltagere. Demografisk minder interviewdeltagerne om mine spørgeskemarespondenter. Interviewdeltagerne er da også indhentet igennem mit spørgeskema, hvor jeg afsluttende har bedt folk om at efterlade deres mailadresser, hvis jeg måtte kontakte dem med henblik på et uddybende interview.

Som beskrevet i kapitlet om kvalitativ metode, havde jeg lidt praktiske udfordringer med afholdelsen af det ene interview, hvorfor dette er blevet et dobbelt interview. Interviewet adskiller sig dog ikke synderligt fra de andre bortset fra, at de deltagende i dette interview har haft mulighed for at supplere hinanden eller stille spørgsmål til hinandens udtalelser.

Jeg har startet analyseprocessen med at afkode de deltagendes udsagn for at finde nogle fælles temaer at gå ud fra. På denne måde får jeg et bedre overblik over den samlede mængde af data.

De tre interviews er afkodet ud fra følgende seks temaer: museumsoplevelsen, teknologi og museer, afslapning og Slow Living, teknologi generelt og endelig scenariet, der har fået sin egen kategori.

Museumsbesøgene

Jeg har indledt mine interviews med at spørge ind til deltagernes vaner og oplevelser i forbindelse med museumsbesøg. Det er gennemgående for alle interviewpersonerne, at indholdet på museerne er af betydning for deres besøg. Nogle vælger meget bevidst at besøge et museum ud fra interessefelt, som eksempelvis Anna, der udtaler, at kunst er hendes interessefelt og derfor det, hun selv opsøger igennem sine museumsbesøg. Hun synes dog, at det kan være sjovt også at se noget andet, hvis hun bliver opfordret til det (Bilag 8, linje 45ff.). Ligeledes nævner Alexander malerier og det tekniske bag disse som dels det han forbinder med museer, dels det, han glæder sig mest til at se (Bilag 9, linje 15ff., linje 59ff.). For Carina betyder indholdet på museerne noget for hendes museumsbesøg. Hun nævner både kunstmuseer og historiske museer som Nationalmuseet som hendes mål, når hun går på museum (Bilag 10, linje 9ff.). Der er således ingen af interviewdeltagerne, der giver udtryk for, at museernes indhold ikke er af så stor betydning for dem. De tager alle stilling til, hvad de gerne vil se, når de tager på museum og vælger deres museumsbesøg ud fra dette. Medmindre de er blevet inviteret med af andre og lader sig overraske.

Hvad angår formålet med deres museumsbesøg, er Carina den eneste, der besøger museer i arbejdsøjemed, når hun tager sine elever med (Bilag 10, linje 24ff.). I den forbindelse omtaler hun de private besøg og de arbejdsrelaterede besøg som værende af meget forskellig karakter, da hun qua sin lærerrolle fungerer som formidler for de unge (ibid.). De private besøg har det formål, at Carina gerne vil se noget, der får hende til at undre sig, eller noget hun føler sig oplyst af (Bilag 10, linje 3ff., linje 9ff.). Ligeledes håber hun på, at hendes elever kan komme til at undre sig, når hun har dem med på museum (Bilag 10, linje 33ff.).

Anna nævner at hendes museumsbesøg er en weekendaktivitet, hvor formålet især er at slappe af og hygge sig, og helst i selskab med andre (Bilag 8, linje 5ff., linje 28f.). Ud over afslapningen som en væsentlig del af hendes museumsbesøg nævner Anna også, at hun ser sine besøg som en helhedsoplevelse. Nok er indholdet vigtigt for hende, men formen er også af høj betydning i den forstand, at det gerne skal være afslappende og med mulighed for en kop kaffe eller lignende (Bilag 8, linje 15ff.).

Alexander og Signe har nogle ret interessante betragtninger om netop det med at slappe af når man er på museum.

"Jeg tror at min forestilling er, at det er indholdet, jeg går ind til, men når jeg endelig er der, så tror jeg, at det med at slappe af og nyde at være der, det kommer til at fylde meget mere end jeg havde forventet og regnet med. Og sådan tror jeg, at det er hver gang faktisk." (Bilag 9, linje 81ff.).

De er enige om, at afslapningen betyder meget for deres besøg, men at dette først rigtig bliver tydeligt, hvis det ikke er muligt at slappe af, når de er der, eksempelvis grundet for mange mennesker (Bilag 9, linje 86ff.).

Museumsbesøg som en form for rekreation er således væsentlig for størstedelen af interviewdeltagerne. Kun en enkelt nævner ikke afslapningen. Samtidig er indholdet, som også tidligere nævnt, i høj grad vigtig for de deltagendes museumsoplevelser.

Motivationerne

Set i lyset af John Falks teori om museumsgæster er der således alle de fem forskellige motivationer i spil hos de fire respondenter. Nogle af højere betydning end andre, men alle motivationerne er i en eller anden grad repræsenteret i de fire interviewdeltagere.

Hvis vi starter med at se på Annas motivationer, så er afslapningen noget af det, hun nævner som af stor betydning (Bilag 8, linje 5ff.). Dette tyder på, at hun er motiveret af museumsbesøget som en form for *genopladning*, hvor museet kan fungere som en form for rekreation for hende. Anna siger, at museumsbesøg for hende er en weekendting og på den måde trækker hun sig væk fra hverdagen igennem sine museumsbesøg (Bilag 8, linje 7ff.). Yderligere nævner Anna, at kunsten er hendes store interessefelt (Bilag 8, linje 45ff.). Dette kan ses som et tegn på, at Anna også er motiveret af museumsbesøget som en *hobbydyrkelse*, hvor hun føler en nær forbindelse til indholdet på museet.

Alexander bruger museumsbesøgene som dels *opdagelsesrejsende*, hvor indholdet er af betydning og hvor han er nysgerrig efter at undersøge og måske lære noget nyt om det givne emne (Bilag 9, linje 15ff.). Derudover er Alexander også motiveret af museumsbesøget som en *genopladning*, hvor afslapningen får en stor betydning for hans besøg (Bilag 9, linje 81ff.).

Signe er ligesom Alexander og Anna motiveret som *genoplader*, og mener, at dette især bliver tydeliggjort, hvis hun ikke oplever besøget som afslappende (Bilag 9, linje 86ff.). Derudover bruger Signe museerne som en *opdagelsesrejsende*, hvor indholdet har en betydning for hendes besøg (Bilag 9, linje 8ff., linje 65ff.). Slutteligt nævner Signe, at museumsbesøgene også nogle gange fungerer som en destination for en udflugt og er således motiveret af besøget som Falks *oplevelsessøgende* (Bilag 9, linje 8ff.). Dette er dog ikke Signes primære motivation, hvilket bliver tydeligt, da hun udtaler, at hvis hun ikke kan slappe af igennem sit museumsbesøg, så bliver besøget en slags tjekpunkt på en liste over destinationer (Bilag 9, linje 98ff.).

Carina er til tider, qua sit arbejde, motiveret som *formidler*, når hun har sine elever med på museum (Bilag 10, linje 28ff.). Dette er især tydeligt i hendes udtalelse om, at hun håber, at hendes elever kan undre sig over noget igennem deres museumsbesøg (Bilag 10, linje 33ff.). Privat bruger Carina museerne som en *opdagelsesrejsende* hvor emnet har en betydning for hendes besøg og hvor hun er nysgerrig og gerne vil undre sig eller blive oplyst af udstillingerne (Bilag 10, linje 3ff., linje 9ff.).

Forud for deres besøg kan alle interviewdeltagerne godt finde på at bruge museernes hjemmesider. Anna nævner, at hun bruger siderne til at finde praktiske informationer som åbningstider eller undersøge eventuelle særudstillinger (Bilag 8, linje 53ff.). Carina bruger mest hjemmesiderne i forbindelse med planlægningen af undervisning. I forbindelse med de private museumsbesøg foretrækker hun derimod at blive overrasket og ikke at have planlagt for meget på forhånd (Bilag 10, linje 88ff.). Ligesom Anna, bruger Signe også museernes hjemmesider til at finde praktiske informationer og undersøge aktuelle udstillinger (Bilag 9, linje 105ff.). Signe kan også finde på at udforske museumsshoppen online på Louisianas hjemmeside (Bilag 9, linje 114ff.).

Alexander derimod planlægger ikke så ofte museumsbesøg, men bliver inviteret med. Derfor bruger han heller ikke museernes hjemmesider. Han mener dog, at han ville være tilbøjelig til dette, hvis han selv skulle planlægge et besøg en dag (Bilag 9, linje 112f.). Museernes hjemmesider bliver altså primært brugt til basale praktiske oplysninger, som især åbningstider, men også til en vis grad til at undersøge hvilke aktuelle udstillinger, der er, og eventuelt også mere baggrundsviden, som det er tilfældet i forbindelse med eksempelvis Carinas undervisning. Dette er i fin tråd med, hvad Parkmuseerne ønsker at anvende deres hjemmeside til.

Teknologi på museerne

Hvad angår interaktive elementer i udstillinger, er Anna, Alexander og Signe alle af den holdning, at det kan være et fint supplement, hvis det er udført ordentligt og giver mening at inddrage (Bilag 8, linje 67ff., Bilag 9, linje 137ff.).

Signe nævner, at hun synes, at det skal have en væsentlig betydning for udstillingen for, at hun vil blive interesseret i at anvende forskellige interaktive muligheder (Bilag 9, linje 148ff.). Her mener Alexander dog, at det også kan blive et irritationsmoment, hvis det tager over og fylder for meget, især hvis det ikke lige er til at komme til (Bilag 9, linje 160ff.). Signe nævner også, at eksempelvis elektroniske standere ikke er det første, hun opsøger på et museum og at hun faktisk ikke har noget imod helt at springe det over (Bilag 9, linje 254ff.). Senere nævner hun også, at hun synes, at et museum godt kunne være fuldstændig skærmfrit, da man omgiver sig så meget med skærme andre steder i hverdagen (Bilag 9, linje 282ff.).

Den holdning deles i høj grad af Carina, som er meget bevidst om at undgå elektroniske elementer på museer (Bilag 10, linje 106ff.). Carina mener, at de elektroniske elementer ikke hører til på museerne, især ikke, hvis det er museer der også henvender sig til børn, da hun synes at teknologien tager børnenes forestillingsevner fra dem. Carine mener desuden, at teknologien distancerer os fra de sociale relationer:

"når man sidder meget foran ens skærm og man sidder meget foran et fjernsyn for eksempel, kan det også være, at såh mangler man... børn som gør det, får ikke den sociale sparring og den er så vigtig for at kunne få en relation til andre mennesker. Så derfor, så synes jeg altså, jeg synes ikke, at det hører nogle steder hjemme på et museum faktisk. Slet ikke på et museum, hvor der er børn. De behøver det ikke. Og det gør også det, at det tager forestillingsevnen fra os. Det der med at der er nogle ting, de kan. At de selv kan skabe nogle billeder og lave de billeder indeni fordi teknologien skaber de billeder for os. Det er ikke i orden." (Bilag 10, linje 125ff.).

De elektroniske interaktive elementer får altså en lidt blandet modtagelse fra de fire interviewdeltagere. For nogle kan det være et fedt supplement, hvis det giver mening i den pågældende udstilling, men med fare for at det kan blive overflødigt, hvis det

ikke er arbejdet ordentligt ind. For andre er alt, hvad der omhandler skærme og teknologi et irritationsmoment på museerne og for enkelte kan det ligefrem virke hæmmende på kreativitet eller sociale relationer.

Teknologi generelt

Disse holdninger til teknologi på museerne ligger måske ikke så fjernt fra interviewdeltagernes generelle holdninger til teknologi. Anna og Carina nævner teknologien som et redskab eller et hjælpemiddel (Bilag 8, linje 219, Bilag 10, linje 120f.). Alle interviewdeltagerne er enige om, at vores forbrug af teknologien godt kan tage overhånd (Bilag 8, linje 219ff., Bilag 9, linje 201ff., Bilag 10, linje 123ff.). Anna nævner en bekymring i forhold til, hvordan folk interagerer med hinanden nu, hvor teknologien er så present i vores hverdag:

"lige for tiden er jeg også begyndt at føle mig lidt gammel faktisk, fordi jeg sådan bliver lidt nostalgisk i forhold til dengang, man ikke havde alt det her, fordi jeg tænker nogle gange bekymrer det mig lidt hvordan folk interagerer med hinanden og ikke interagerer med hinanden. Det der med at man nærmest glemmer hinanden i det offentlige rum, og ja, nogle gange så synes jeg bare, at man kan godt føle sig meget adskilt fra hinanden faktisk, fordi der er alt det der telefonhejs" (Bilag 9, linje 220ff.).

Denne bekymring deles af de andre interviewdeltagere. Carina nævner, at børn mangler den sociale sparring, fordi der er for meget skærmtid (Bilag 10, linje 125ff.). Ligeledes er Alexander og Signe enige i, at der er en tendens til at folk bruger deres telefoner for meget, også i selskab med andre (Bilag 9, linje 206ff.). Signe nævner endda, at hun synes, at vi som medmennesker godt kan kræve mere nærvær af hinanden:

"Jeg synes, at det er virkelig et underligt sted at være på vej hen. Det er jo ekstremt dårlige manerer. Helt vildt, hvis man sidder og er ved at spise eller bare snakker med nogen. Jeg synes i virkeligheden godt, at man kunne begynde at kræve det der nærvær lidt mere." (Bilag 9, linje 238ff.).

Denne udtalelse vidner om, at den manglende tilstedeværelse når telefonen kommer i fokus, kan være et irritationsmoment for resten af selskabet. Signe og Alexander påpeger dog, at de også selv kan komme til at bruge telefonerne for meget til tider (Bilag 9, linje 201, linje 206ff.). Og senere udtaler Signe, at hun egentlig gerne vil frigøre sig lidt mere fra sin telefon (Bilag 9, linje 407f.).

Afslapning

Med Parkmuseernes visioner in mente har jeg spurgt ind til deltagernes forhold til afslapning. Anna nævner som det første gåture som en del af hendes afslapningsrutine, og fortsætter med at forklare, at hun får mere ud af at gå en tur, end at scrolle på telefonen, som hun også nogle gange gør (Bilag 8, linje 168ff.). Senere nævner hun de grønne områder som én af fordelene ved at bo i København (Bilag 8, linje 210f.).

Alexander og Signe, der begge arbejder som cykelbude, finder meget mental afslapning igennem jobbet, når de cykler rundt (Bilag 9, linje 374f.). Derudover er der masser af fysisk aktivitet som cykelbud, så når de har fri fra jobbet består afslapningen ikke så meget af gåture i hverdagen (Bilag 9, linje 362ff.). Alligevel kan de godt finde på, at tage på cykeludflugt i weekenderne, og nævner, at fraværet af en skærm i den forbindelse er rart (Bilag 9, linje 376ff.). Derudover bruger Alexander og Signe madlavning og tv-serier som middel til afslapning (Bilag 9, linje 298ff.).

Carina slapper af igennem kreative udfoldelser såsom træsnitning, klaverspil og tegning samt til tider meditationsøvelser (Bilag 10, linje 207ff.). Samtidig er gåture ikke uden betydning for Carina, og har hun muligheden, vælger hun gerne en lille omvej for at kunne gå langs en sø eller i en park (Bilag 10, linje 219ff.).

Både Anna og Signe bruger strikketøj som en afslappende aktivitet. Dette kan måske ses som et billede på, at det netop er en stigende tendens at strikke og at flere på tværs af generationer strikker i dag (Madsen L., 2011) (Johansen & Kyhn, 2015). Måske er det endda et billede på en større tendens, hvor folk søger mere ro i deres hverdag. Carina nævner netop, at hun synes, at kunne se et billede på dette behov for ro:

"Ja i den grad tror jeg faktisk der er et meget meget stort behov og jeg synes det der med at gøre parkområderne til sådan noget rekreativt er genialt. Genialt. Fordi det er det, vi har brug for, hvis vi virkelig skal kunne følge med med den fart som det samfund vi lever i i dag, så er vi nødt til at have en måde hvor vi kan pffts for ellers er der ikke..."

Interviewer: *Så at skabe en eller anden form for balance?*

Carina: *Ja. Det er der brug for. Og det synes jeg også, at man kan se. At der er flere og flere mennesker, som tænker anderledes, der er flere og flere mennesker som der jah prioriterer anderledes med deres liv ik', så man kan godt mærke, at der også er behov for den her ro og langsommelighed."* (Bilag 10, linje 189ff.).

Anna nævner, at hun synes, at Parkmuseerne er lykkedes meget godt med at skabe en rolig og afslappende atmosfære i parkerne. Især er hun glad for at gå rundt i Botanisk Have, hvor parkens terræn er med til at skabe rum for hendes afslapning (Bilag 8, linje 202ff.). Samtidig mener hun også, at der er et behov for de her grønne områder og at disse områder, som tidligere nævnt, er noget af det gode ved København (Bilag 8, linje 210f.).

Parkmuseerne rammer således med deres visioner om ro, afslapning og fordybelse et behov hos de fire interviewdeltagere. Hos Carina og Anna er gåturene og de grønne områder en del af deres afslapning. Hos Alexander og Signe handler det måske mere om en genkendelse af ønsket om ro og fordybelse, end om netop gåturene som afslapning.

Scenariet

Afslutningsvis har jeg bedt mine interviewdeltagere om at forestille sig et scenarie, der er opstillet på baggrund af den første iteration. Scenariet er nedskrevet og vedlagt som Bilag 5. Scenariet er opstillet for at undersøge interviewdeltagernes holdninger til idéen om at bruge chipteknologi i parkerne.

Umiddelbart var der positive holdninger at spore hos både Anna og Alexander og Signe. Her var tilbagemeldingerne, at det lød spændende, skønt eller godt (Bilag 8, linje 321., Bilag 9, linje 446ff.). Carina var derimod ikke begejstret for idéen og mener, at det vil føles som en invasion af naturen, hvor hun befinder sig for at høre naturens egne lyde (Bilag 10, linje 229ff.).

Med hensyn til at bruge armbåndet med chippen er Anna, Alexander og Signe enige om, at de ville have armbåndet med hvis de havde planlagt en tur på et af museerne (Bilag 8, linje 325ff., Bilag 9, linje 468ff.). De er dog også enige om, at de netop ville medbringe armbåndet, fordi det i scenariet er tænkt som adgangsgivende billet til museerne (ibid.). Carina udtaler, at hun helst vil være fri for sådan et armbånd og foretrækker en almindelig papirbillet (Bilag 10, linje 239f.).

Anna mener, at hun ville stoppe op første gang hun kom forbi højtalerne, men er i tvivl om hvorvidt hun ville gøre det næste gang (Bilag 8, linje 396f.). Alexander og Signe mener også begge to, at de ville stoppe op første gang de gik forbi (Bilag 9, linje 492ff.) Alexander dog primært, hvis han opdagede, at han selv var medvirkende årsag til musikken (ibid.). Carina mener, at hun ville stoppe op, men ikke af lyst til at høre musikken, derimod for at opponere imod den:

"Ikke for at slappe af. Jeg ville lytte, men jeg ville ikke slappe af jeg ville haha jeg ville nok harcelere lidt haha, men altså det er jo også altså, det er jo så forskelligt som vi er ik'" (Bilag 10, linje 272ff.).

Anna mener, at oplevelsen ikke ligefrem ville få hende til at føle sig inddraget som bruger af parken, men samtidig, at det måske kunne gøre hende en anelse forlegen qua den pludselige og ikke fra hendes side intenderede interaktion med andre (Bilag 8, linje 385ff.). Dette tyder på, at hendes påvirkning af musikken alligevel vil føles som en slags deltagelse for hende. Hun nævner dog også, at hun egentlig synes, at idéen om musikken der bliver bygget op ved hjælp af folks tilstedeværelse er fin:

"Det er en meget sød idé. Det kan jo gøre det sådan helt symfoni-agtigt." (Bilag 8, linje 374ff.).

Alexander er positivt stemt over for hans egen påvirknings af musikken:

"Det lyder fedt. Interaktivt eller hvad hedder det. At man er en del af det, man oplever sådan... Det øhh det synes jeg lyder meget godt." (Bilag 9, linje 463ff.).

Han nævner dog også, at denne påvirkning af musikken ville gøre ham bevidst om hans egen indflydelse på andres oplevelse (Bilag 9, linje 503ff.)

Carina er måske en anelse i tvivl om, hvad hun ville føle i forhold til hendes deltagelse i musikken:

"Nej jeg ville føle mig ekskluderet. Altså direkte. Eller ekskluderet.. nej jeg ville... nej det er forkert at sige at jeg ville føle mig ekskluderet når man føler sig ekskluderet så holder så føler man sig holdt uden for og det ville jeg ikke føle men jeg ville føle... Ej jeg ville bare ikke synes at det passede." (Bilag 10, linje 284ff.).

Generelt synes Carina ikke, at oplevelsen passer ind i parken. Hun mener, at naturen skal have lov til at være, som den er (Bilag 10, linje 289ff.). Da jeg spørger lidt mere ind til hendes tanker om idéen, synes hun dog, at den egentlig er fin. Det hun opponerer imod er altså primært det, at oplevelsen finder sted i naturen, hvor hun hellere vil høre naturens egne lyde (Bilag 10, linje 311ff.).

Signe er helt anderledes positivt stemt over for idéen, måske især på grund af fraværet af skærme. Yderligere virker det til, at Signe gerne vil opleve mere nærvær med sine medmennesker, og ser denne oplevelse som en opfordring hertil:

"Det lyder så skønt altså den hyggeligste måde at gå i parken på. Og man kommer hinanden ved på en eller anden måde. (...) Og man har fjernet alt, hvad der hedder skærm. Man kan kigge på hinanden og lytte og det tror jeg bare rigtig meget, at vi har brug for." (Bilag 9, linje 448ff.).

Yderligere er Signe glad for, at der kommer nogle andre sanser i brug end synssansen, som hun oplever ofte er den, der bliver inddraget (Bilag 9, linje 594ff.).

Samtidig mener hun også, at netop musik er en god måde at fange folks opmærksomhed (Bilag 9, linje 513ff.).

Selvom der er en anelse uenighed om, hvorvidt oplevelsen hører til i naturen, er alle dog enige om, at de ville opleve parkerne på en ny måde i kraft af denne oplevelse (Bilag 8; linje 404ff., Bilag 9, linje 524ff., Bilag 10, linje 279ff.) I Carinas

tilfælde er den nye oplevelse af parkerne dog, at hun ville finde nye ruter for at undgå musikken.

Opsamling på interviewanalyse

Alle respondenterne er enige om, at indholdet på museerne er af betydning. Samtidig er alle Falk's motivationstyper i spil i de fire interviewdeltageres brug af museerne. Især de to motivationer der går på *genopladning* og *opdagelsesrejse* er gengangere hos interviewdeltagerne. Tre ud af fire interviewdeltagere synes at interaktive elementer i udstillinger kan være meningsfulde og bidrage til deres museumsoplevelse. Dog er det ikke disse interaktive elementer der trækker mest opmærksomhed. Én af interviewdeltagerne går bevidst helt uden om, hvis der er elektroniske tilbud på museerne. De fire interviewdeltagere er alle af den overbevisning at teknologien bliver brugt for meget til tider, måske især smartphones, og de vil gerne løsrive sig lidt fra dette til tider. Ligeledes mener alle interviewdeltagerne, at der er et behov for afslapning som Parkmuseerne ønsker at tilbyde deres besøgende. De er alle enige om, at de grønne områder kan være gode at inddrage i dette.

For at opsummere på interviewdeltagernes meninger om scenariet er der altså primært positive tilbagemeldinger om idéen med at bruge chipteknologien til at inddrage brugerne af parkerne i en fælles musikalsk oplevelse. Carina mener dog, at det ikke hører hjemme i parkerne og ville hellere tilbydes oplevelsen på et af museerne. Nogle af de positive tilbagemeldinger har gået på, at der ikke var gjort brug af skærme, at man var deltagende, at man mødte sine medmennesker på en ny måde samt at høresansen blev inddraget i oplevelsen.

Anden iteration

Efter brugerinterviews og analyse af disse, følger nu den anden iteration af designprocessen. Anden iteration tager udgangspunkt i tidligere beskrevet teorier og vil ud over at forholde sig til disse ende ud med et par enkelte skitser.

Set i forhold til Simons deltagertyper lægger designet primært op til en interaktion, hvor brugerne er medskabende i kraft af deres tilstedeværelse. Brugerne er således en slags skabere af indholdet. Samtidig er musikken skabt på forhånd og brugerne bistår således blot med en form for redigering af indholdet. På den måde har deltagelsen også karakteristik som en form for tilskuer baseret interaktion, hvor nogle andre har skabt musikken på forhånd. Interaktionen må siges at have rod i begge former for deltagelse og derigennem være en kombination af begge.

Da brugerne deltager i kraft af deres tilstedeværelse, medbringende armbåndet naturligvis, er deltagelsen tydeligt afgrænset og ganske ligetil at begive sig ud i. Er du til stede inden for en vis radius, er du automatisk deltagende. Er du uden for denne radius, er du ikke deltagende. Havde man opstillet en række instrumenter, som brugerne selv kunne anvende, havde deltagelsen været af en helt anden karakter og væsentligt sværere at tilgå for brugeren, da det dels ikke ville være så afgrænset og dels ville kræve nogle færdigheder hos den enkelte bruger. Tanken med dette oplevelsesdesign er derimod, at alle skal kunne være med. Selve deltagelsen er ganske simpel, men dog måske udfordrende for nogle i kraft af det sociale aspekt - interaktionen med andre. Netop i forhold til Simons teorier omkring socialiseringen, har denne socialisering et håndgribeligt omdrejningspunkt. Musikken og brugernes egen påvirkning af denne, bliver således det primære omdrejningspunkt for socialiseringen. Man kan muligvis se tilstedeværelsen i parken som et ekstra lag i socialiseringen, men musikken og interaktionen med denne er i fokus. Dette kan forhåbentligt lette socialiseringen en smule for dem, der ikke kaster sig ud i sociale arrangementer ved enhver given lejlighed. Hvor Signe nævner det at komme hinanden ved som ét af de positive aspekter ved denne idé, er socialiseringen en anelse mere udfordrende for Anna (Bilag 8, linje 386f., Bilag 9, linje 448ff.). Folks udgangspunkter hvad angår både deltagelsen og socialiseringen er forskellig. Det virker nærmest umuligt at favne dem alle optimalt. Forhåbentligt favnes dele af folks udgangspunkter på en meningsfuld måde.

PLUS-værdierne medtager jeg her som et værktøj til at se hvilke elementer interaktionen rummer. Som tidligere beskrevet, er disse værdier tiltænkt applikationsdesign, men jeg har valgt at inddrage dem, da de i nogen udstrækning kan overføres til design, der rummer en form for interaktion.

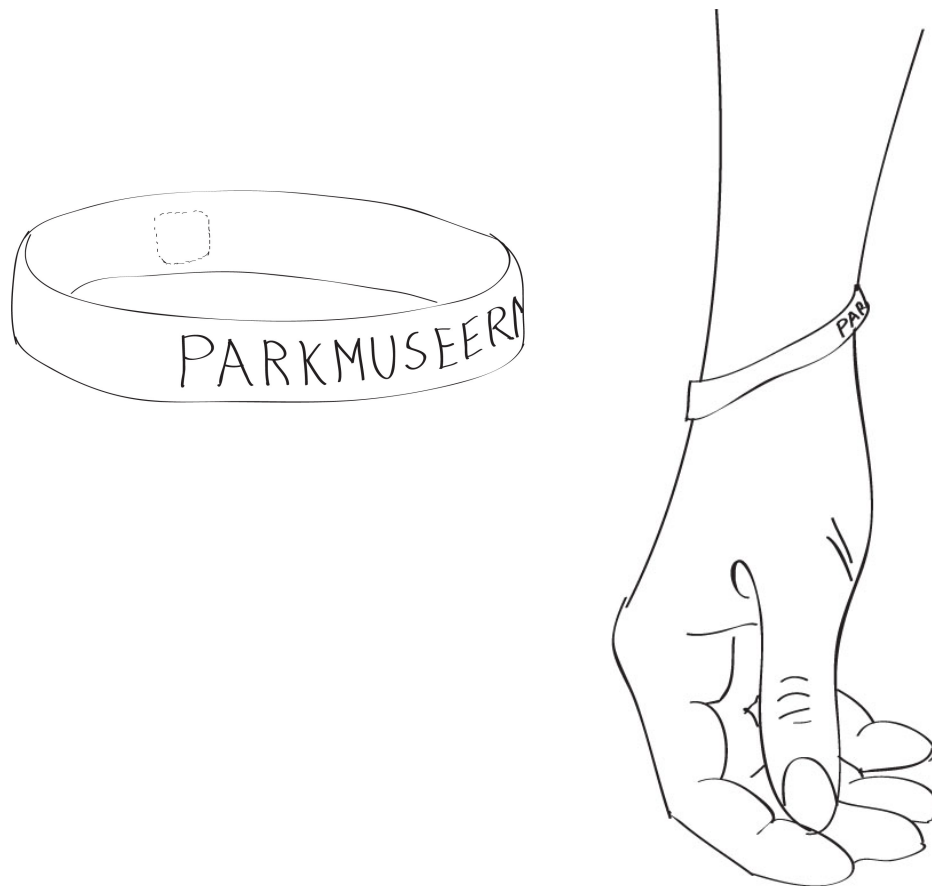
Playability knytter sig til det, at designet er sjovt eller engagerende at bruge. Playability handler også om, at der er sammenhæng imellem udfordringer og tilfredsstillelse i tråd med Flow-teorien. I forhold til udfordringer i interaktionen, er det som tidligere beskrevet enkelt at gå til. På den måde er der risiko for, at det hurtigt bliver kedeligt at deltage. Tanken om musikken der ændrer sig ved tilstedeværelsen, er delvist inspireret af rejsekortstanderne, hvor der især i starten var mange, der forsøgte at lave en slags musik ved at føre hånden over standen, så speakeren blev aktiveret. Tanken er, at man på samme måde kan udforske musikken og dens lyde, ved at træde ind og ud af aktiveringsområdet – gerne i samspil med andre.

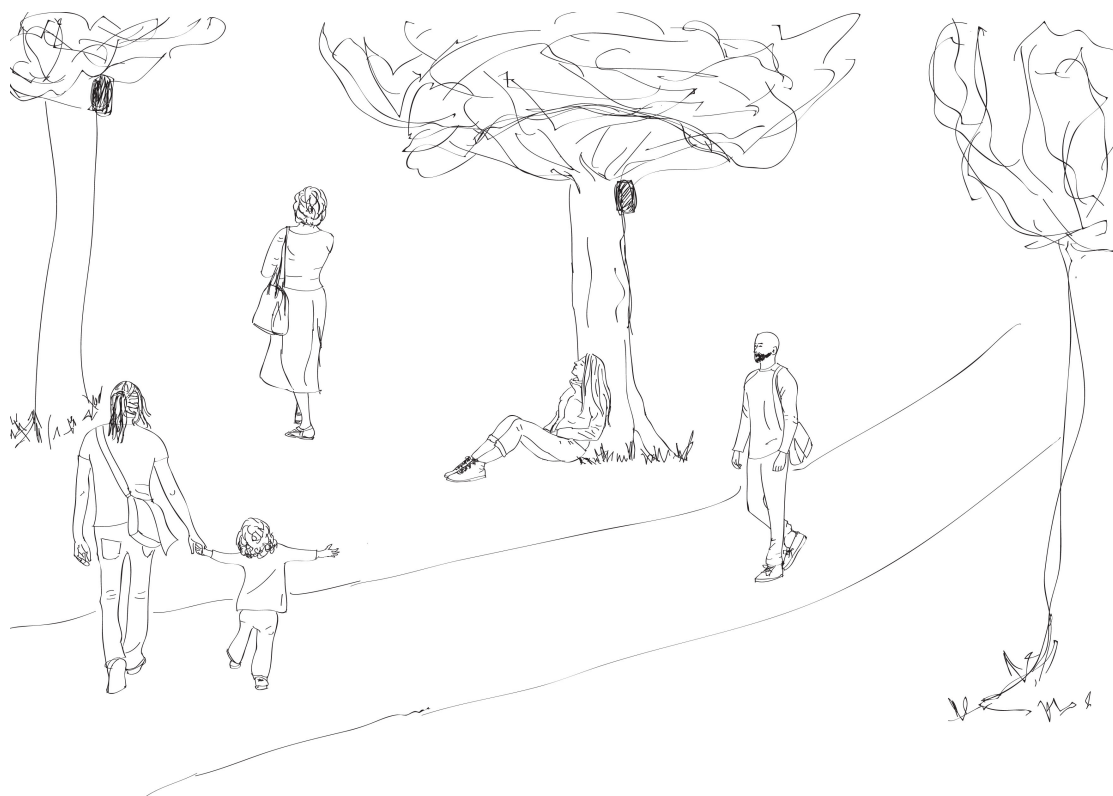
Likeability handler om hvor godt brugerne kan lide at interagere med designet. Dette kan være svært at vide på forhånd. En måde at undersøge likeabilityen er ved hjælp af brugertests af en prototype.

Usability går blandt andet ud på at designet skal være nemt at bruge. I dette tilfælde virker designet ligetil at anvende, men dette må selvfølgelig også testes igennem en prototype. Dog kan det tilføjes, at designet umiddelbart lægger op til én måde at anvende det på. Man tager sit armbånd på og bevæger sig rundt i parken. Det kan dog tænkes, at der alligevel kan opstå problemer. Dette må som beskrevet afsøges igennem tests.

Sociability omhandler designets sociale kvaliteter. I dette tilfælde eksisterer oplevelsen netop i kraft af andres tilstedeværelse. Oplevelsen søger at give folk fornemmelsen af fællesskab i kraft af den fælles tilstedeværelse, som skaber af musikken.

Skitser





Diskussion

Igennem denne undersøgelse, har målet været at blive klogere på, hvordan brugerne forholder sig til Parkmuseernes hjemmeside. Denne indsigt har jeg opnået gennem spørgeskemaundersøgelsen, samt ved at undersøge brugernes adfærd og tanker omkring museerne og parkerne igennem interviews, med henblik på at kunne designe en oplevelse, der fremstår meningsfuld for brugerne.

Jeg har igennem min behandling af dataene og analyserne af både spørgeskemadata og brugerinterviews, søgt at beskrive dataene så direkte som de fremstår og som de fremtræder for brugerne, for derefter at knytte min tolkning på. Dette er gjort på baggrund af Giorgis deskriptive fænomenologi, men også med Sartres beskrivelser af ontologien som grundlag for min tilgang til undersøgelsen.

I starten af processen har hovedfokus været på hjemmesiden, dens formål og dens anvendelse. Dette har været et vigtigt led i at finde frem til, hvad et alternativt digitalt tilbud skulle rumme. I begyndelsen gik mine overvejelser på at skabe rum for mere brugerinddragelse netop på hjemmesiden, men som processen skred frem, fik især Parkmuseernes visioner ledt mig over i en skærmfri interaktion ude i parkerne. Med visionerne om, at de grønne områder skulle fungere som et rekreativt rum for afslapning og fordybelse, virkede det mere interessant at søge imod en telefonfri interaktion. Denne idé mødte opbakning hos brugerne i mine interviews, der alle mente, at vi i dag har en tendens til at bruge vores smartphones for meget.

Igennem spørgeskemaet fandt jeg frem til at museernes hjemmesider primært bruges til at søge basale praktiske oplysninger, især åbningstider, men også til en vis grad til at undersøge hvilke aktuelle udstillinger der er, og eventuelt også at finde mere baggrundsviden, som det er tilfældet i forbindelse med eksempelvis den ene interviewdeltager, Carinas, undervisning. Dette er i fin tråd med, hvad Parkmuseerne ønsker at anvende deres hjemmeside til ifølge Parkmuseernes tidligere projektleder, Peter Kirkhoff Eriksen. Ligeledes lever dette op til Løssings beskrivelse af, at langt størstedelen af danske museers hjemmesider er rene formidlingskanaler, hvis man stiller dem op på hendes formidlingsakse.

I forhold til typen af informationsudveksling er der tale om envejskommunikation fra én-til-mange, som Drotner opstillede det i skemaet over kommunikationen. Dette er også, hvad størstedelen af respondenterne fra spørgeskemaundersøgelsen brugte museale hjemmesider til – at finde information fra museerne. Set i det lys opfylder hjemmesiden både Parkmuseernes og brugernes ønsker til den. Hvis der var mere brugerinddragende elementer, ville disse altså række ud over brugernes forventninger til hjemmesiden. Det kunne måske stadig bidrage til en bedre eller i det mindste udvidet brugeroplevelse, men det virkede mere oplagt og relevant at undersøge hvilke digitale muligheder, der var ude i parkerne, hvor brugerne befinder sig. Samtidig ønskede jeg at fjerne skærmen fra interaktionen, således at brugerens opmærksomhed ikke var fæstnet ved en skærm, men derimod kunne rettes imod naturen, omgivelserne, lydene og de mennesker, der befinder sig i parkerne.

Igennem mine brugerinterviews har jeg undersøgt fire personers forhold til museumsbesøg, parkerne, afslapning og teknologi. Dette er en yderst væsentlig del af mit arbejde med at udvikle et meningsfuldt oplevelsesdesign til Parkmuseerne og deres brugere. Interviewene har givet et større indblik i brugernes motivationer, hvad angår deres museumsbesøg. Her viste det sig, at alle Falks fem motivationstyper var i spil blandt mine fire interviewdeltagere. Hvad der især gik igen hos brugerne, var en nysgerrighed og interesse i indholdet på museerne, samt et ønske om at slappe af og

genoplade igennem deres besøg. Især det sidste ønske om afslapning stemmer godt overens med Parkmuseernes visioner for samarbejdet. Samtidig var alle fire interviewdeltagere ganske bevidste om deres forbrug af teknologi i hverdagen og ikke udelukkende positivt stemte over for den udvikling, der sker i vores teknologiforbrug. Enkelte udtrykte ønske om at frigøre sig mere fra deres telefoner, mere nærvær fra deres medmennesker, samt ønsker om mere skærm- og teknologifrie museer. Især blev der udtrykt bekymring for skærme i parkerne. Dette ønske om skærmfrie parker kan ses som et udtryk for, at interviewdeltagerne netop er trætte af det store forbrug af computere og telefoner. Samtidig passer ønsket fint med designets grundidé, nemlig at få folk til at kigge op fra deres telefoner og være til stede i parken i et øjeblik. Yderligere kan ønsket ses som et billede på en tendens i tiden, hvor flere og flere som en slags modreaktion på det teknologiske samfund vi lever i, søger at finde nye veje med urban gardening, udflytninger til vandkantsdanmark og strik som en voksende hobby. En modreaktion fuld af Slow Living-elementer som ro og fordybelse. En modreaktion, der i virkeligheden stemmer fuldstændig overens med Parkmuseernes erklærede visioner. Parkmuseerne rammer med deres visioner tilsyneladende en tendens i tiden. Spørgsmålet er, om det er en tendens, der er kommet for at blive, eller om det er en døgnflue, som hurtigt forsvinder igen. Det kan være svært at spå om, men man kan forestille sig, at et økonomisk opsving igen ville sætte andre idealer på dagsordenen.

Et yderligere interessant aspekt der blev italesat igennem et af interviewene er, at vi så oftest bruger vores synssans, når vi oplever noget. Især én af interviewdeltagerne, Signe udtrykte ønske om at bringe nogle andre sanser i spil og mente samtidig, at musik er en effektiv måde at fange folks opmærksomhed. Snakken om sanserne rejser nogle spørgsmål omkring vores måde at opleve på. Dette kan især relatere sig til tankerne omkring oplevelse via hjemmesiden kontra oplevelsen i parken. Online mangler man det tredimensionelle rum. Sanserne er ikke på samme måde i spil, som i det fysiske rum. Det betyder ikke, at man ikke kan tilbyde brugerne noget nyt online, men det vil være en anden oplevelse, end det direkte og fysiske møde med kunsten eller naturen. Det direkte og fysiske møde med kunsten og naturen er et omdrejningspunkt for Parkmuseerne. Ved at skabe en oplevelse for brugerne ude i parkerne, befinder man sig i det tredimensionelle rum, og kan søge at tale til flere forskellige sanser end blot synssansen. Dette virker som en klar fordel ved at søge at gøre museerne mere nærværende i parkerne, fremfor at udvikle mere inddragelse på hjemmesiden, hvor brugerens oplevelse sker igennem en skærm. Hvad enten det er hjemme i stuen på en computer, eller på telefonen i toget.

I hele denne diskussion om det online kontra det offline, er netop kunsten et interessant emne at inddrage. Hvor flere museer virker til at søge at fange flere brugere, måske især de unge, igennem nye tilgange til at skabe en oplevelse, der også er online – igennem apps, selfie områder og wifi på museerne - er det ikke helt irrelevant at overveje, hvordan de online oplevelser adskiller sig fra den fysiske oplevelse på museerne. Har værkers fysiske nærvær en effekt som ikke findes online? Eller er gengivelser online blot en mediering ligesom vores synssans naturligt er? Alt hvad vi ser bliver opfanget af øjet og tolket af hjernen. Allerede her er der sket en mediering af virkeligheden, som er ganske naturlig og fuldstændig uundgåelig. En af de store forskelle må være at befinde sig i det tredimensionelle rum fremfor foran en skærm. At se et værk i dets oprindelige størrelse og reelle farver, at bruge sine sanser ved den fysiske tilstedeværelse. Måske skal museerne ikke blot udtænke interessante hjemmesider, der engagerer brugerne, men også tænke i hvordan man bedst muligt skaber et fysisk rum, der opfordrer netop til nærvær, sansning og fordybelse, i højere

grad end at fokusere på hvordan man kan inddrage de nyeste teknologier i formidlingen af kunsten. Har museerne et samfundsmæssigt ansvar i forhold til at skabe ro og afslapning for brugerne, eller ligger ansvaret udelukkende i forhold til formidling af videnskab, historie, kultur og kunst? Er vi nået til en tidsalder, hvor det giver mening, at museerne tager denne opgave på sig, som en lige så vigtig del af det at være en museal institution som formidlingen er?

Parkmuseernes visioner med samarbejdet er at skabe et rum for københavnernes, hvor de kan slappe af, fordybe sig og opleve en form for Slow Living. Idéen med designet er at skabe en oplevelse, der får brugerne til at stoppe op, undre sig, lytte, indgå i en form for interaktion med andre mennesker og måske sanse parkerne på en ny måde. Der er altså en konsensus imellem Parkmuseernes visioner og brugernes ønsker og holdninger i forhold til teknologi, afslapning og brug af parkerne. Det har i hvert fald været det, de brugere, som jeg har talt med igennem mine interviews, har givet udtryk for. Fire interviewdeltagere er dog ikke en stor population at konkludere ud fra. Samtidig er der en risiko for, at mine interviewdeltagere er blevet påvirket en anelse igennem mine spørgsmål. Jeg har forsøgt at formulere mine spørgsmål åbne, men alene rækkefølgen af spørgsmål kan påvirke deltagernes tankegang. Når man undersøger mennesker og deres holdninger, er dette en risiko, der er svær at komme udenom. Undersøgelsen kan alligevel give nogle idéer om, hvordan brugerne tænker og forholder sig til både museumsoplevelser, afslapning, teknologi og parkerne. I forlængelse af undersøgelsen har jeg fremsat et forslag til hvordan Parkmuseernes visioner og brugernes holdninger kan inddrages i et oplevelsesdesign til stede i parkerne. Forslaget er udviklet på baggrund af Parkmuseernes visioner, mine brugerundersøgelser, samt teorier omkring deltagelse og engagerende interaktion. Dette designforslag kan ses som en kommentar til stærke tendenser i samfundet. Først og fremmest hvad angår vores brug af teknologi, idet designet søger at fjerne vores opmærksomhed fra vores telefoner. Samtidig ville dette oplevelsesdesign ikke eksistere uden den teknologiske udvikling og er i høj grad afhængig af den moderne teknologi. I dette designforslag står teknologien således over for det sansende væsen i kontakt med naturen. Yderligere kan oplevelsesdesignet ses som en kommentar til overvågningen. Chipteknologien spiller i dag en større rolle i vores overvågningssamfund, men det er nok de færreste, der tænker over omfanget af overvågningen i deres hverdag. Måske kan oplevelsen ved pludselig så tydeligt at se, hvordan chippen og ens tilstedeværelse bliver registreret, skabe nogle tanker hos den oplevende. Tanker om hvordan vi bevæger os rundt i hverdagen og hvordan vores tilstedeværelse og vores handlinger bliver registreret.

Arbejdet med at skabe et tilbud til brugerne af Parkmuseerne har rejst en undren hos mig, som ikke er fuldstændig besvaret her, hvor de sidste sider af specialet er nået. Denne undren går på, hvorvidt vi kan bruge teknologien til at slappe af. Jovist kan vi det, ville mit umiddelbare svar være. Nogle sætter en film på, eller ser serier for at slappe af, andre hører podcasts, andre igen har meditationsøvelser på deres telefoner og nogle bruger Bubbleshooter, eller Wordfeud som afslapning. Min undren i forhold til denne afslapning igennem teknologien beror sig altså på, om der er nogle faktorer, vi endnu ikke har kendskab til. Påvirker teknologien os i en retning, hvor vi tror, at vi får slappet af, men måske i virkeligheden slet ikke opnår mental afslapning? Nogle er begyndt at snakke om at WiFi og mobilstrålinger giver dem hovedpine. Dette er dog stadig ganske tabubelagt herhjemme og de sider, der skriver om det, virker ikke altid til at være de mest objektive kilder. Det kan tænkes, at teknologien har en direkte

fysisk påvirkning på mennesker, som gør at afslapning, ro og fordybelse ikke opnås optimalt i følgeskab med teknologien. Samtidig er teknologien allestedsværende i 2016. I så høj grad endda, at et par af interviewdeltagerne udtrykker ønske om skærmfrie områder, som et udtryk for, at de beskæftiger sig rigeligt med teknologi i hverdagen. Igennem designforslaget har jeg ønsket at fjerne skærmene og få folk til at interagere med hinanden, men teknologien er ikke fuldstændig fjernet fra oplevelsesdesignet.

Konklusion

Specialet har haft til formål at undersøge Brugernes oplevelser med Parkmuseernes hjemmeside og brugernes erfaringer med museumsbesøg, teknologi, afslapning og parkerne. Dette er undersøgt igennem spørgeskema og brugerinterviews. Dertil har specialet haft et yderligere formål, nemlig på baggrund af Parkmuseernes visioner og brugernes erfaringer, at udtænke et designforslag til en brugeroplevelse.

Igennem spørgeskemaundersøgelsen erfarede jeg, at brugerne i høj grad anvender hjemmesiden på samme måde, som det er intenderet fra museernes side. Nemlig primært til at søge praktiske informationer, som i høj grad også er fokusområdet fra Parkmuseernes side. Respondenterne var overordnet set glade for hjemmesiden hvad angår udseende, nemhed og generel form og følte, at de fandt de informationer de ledte efter. Brugerne følte sig ikke i så høj grad inddraget igennem hjemmesiden. Alt i alt fungerer hjemmesiden i forhold til at tilbyde de oplysninger, som brugerne søger og skabe en anelse mere lyst hos brugerne til at besøge museerne. Respondenterne er dog ikke fuldstændigt repræsentative for den typiske danske museumsgæst. Respondenterne skiller sig især ud, hvad angår alder. Derudover er respondenterne primært fra hovedstadsområdet og har generelt lange uddannelser.

Hvad angår brugerinterviewene, er respondenterne hentet igennem spørgeskemaet. Respondenterne er som tilfældet med spørgeskemaet i den yngre ende af gruppen af museumsbrugere. Igennem interviewene har jeg opnået viden omkring, hvordan brugerne anvender museerne, deres forhold til afslapning, teknologi, samt deres holdninger til designforslaget igennem mit scenarie.

Hos de fire interviewdeltagere er alle Falk's motivationer til stede i én eller anden grad. Især var de fire interviewede *genopladede* og *opdagelsesrejsende*, når de gik på museum. De var alle enige om, at et museums emnefelt er af betydning for deres besøg. Én af interviewdeltagerne går bevidst og konsekvent udenom elektroniske, interaktive elementer på museerne. De resterende tre synes, at disse tilbud kan være meningsfulde og bidrage til deres oplevelse. De er dog også enige om, at det ikke primært, er disse elementer der tiltrækker deres opmærksomhed mest.

Hvad angår teknologi generelt, mener brugerne, at der er en tendens til, at det bliver brugt for meget i hverdagen, hos nogle af dem endda blandt dem selv. Især smartphones kan være forstyrrende i deres samvær med andre, og de ønsker egentlig at løsrive sig en anelse fra disse smartphones til tider.

Interviewdeltagerne mener, at der er et behov for afslapning, som netop er noget af det Parkmuseerne ønsker at tilbyde deres besøgende. De er også enige om, at de grønne områder kan være gode at inddrage i dette.

På baggrund af undersøgelsen samt Parkmuseernes visioner for deres samarbejde, har jeg opstillet et designforslag, der har til formål at tilbyde de besøgende en oplevelse i det udendørs rum. Designet er bygget på chipteknologi, hvor en chip isættes et enkelt gummiarmbånd som kan gives til brugerne ved køb af fællesbillet. Når brugeren bevæger sig rundt i parken, kan chippen aktivere for forskellige oplevelser. I dette designforslag en musikoplevelse, hvor brugerens tilstedeværelse påvirker musikken. Designet søger at tilbyde brugerne en oplevelse, hvor smartphones ikke er det centrale omdrejningspunkt. Samtidig er designforslaget tænkt som en oplevelse, der opfordrer til interaktion med andre mennesker. Dette skal dog perspektiveres til Simons teorier om socialisering, hvor et håndgribeligt artefakt, forstået som noget der manifesterer sig for os, kan lette den sociale interaktion.

Angående interviewdeltagernes meninger om scenariet, er der overvejende positive tilbagemeldinger om idéen med at bruge chipteknologien til at inddrage brugerne af parkerne i en fælles musikalsk oplevelse. Én mener dog, at det ikke hører hjemme i parkerne og ville hellere tilbydes oplevelsen på et af museerne. Nogle af de positive tilbagemeldinger har gået på, at der ikke var gjort brug af skærme, at man var deltagende, at man mødte sine medmennesker på en ny måde, samt at høresansen blev inddraget i oplevelsen.

Bibliografi

- Zahavi, D. &. (2005). Fænomenologisk sociologi - hverdagslivets subjekt. I M. H. Jacobsen, & S. Kristiansen, *Hverdagslivet - Sociologer om det upåagtede*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Basile, D. (10. Oct. 2015). *5 pieces of wearable tech for meditation & mindfulness* . Hentede 07. Mar. 2016 fra The Next Web: <http://thenextweb.com/lifehacks/2015/10/10/5-pieces-of-wearable-tech-for-meditation-mindfulness/#gref>
- Chalmers, A. F. (1995). *Hvad er videnskab?* (G. Lyngs, Ovs.) København: Gyldendal.
- Davids Samling. (u.d.). *Historie - Davids Samling*. Hentede 10. Feb. 2016 fra Davids Samling: <https://www.davidmus.dk/historie/davids-samling>
- Den Hirschsprungske Samling. (u.d.). *about*. Hentede 10. Feb. 2016 fra hirschsprung: <http://www.hirschsprung.dk/About.aspx>
- Den Hirschsprungske Samling. (u.d.). *Familien Hirschsprung og samlingens tilblivelse*. Hentede 10. Feb. 2016 fra hirschsprung: <http://www.hirschsprung.dk/History.aspx>
- Det Danske Filminstitut. (u.d.). *Om DFI*. Hentede 10. Feb. 2016 fra Det Danske Filminstitut: <http://www.dfi.dk/Service/OmDFI.aspx>
- Drotner, K., Weber, C. P., Larsen, B. A., & Løssing, A. W. (2011). *Det interaktive museum*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Furniere, A. (29. Jan. 2016). *New digital application enhances visitors' museum experience* . Hentede 08. Feb. 2016 fra Flanders Today: <http://www.flanderstoday.eu/innovation/new-digital-application-enhances-visitors-museum-experience>
- Floris, J. (2011). Unge i dialog med kunstmuseerne? - En empirisk undersøgelse. I K. Drotner, C. P. Weber, B. A. Larsen, & A. W. Løssing, *Det interaktive museum* (s. 103-117). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Giorgi, A. (1997). The theory, practice and evaluation of the phenomenological method as a qualitative research procedure. *Journal of phenomenological psychology* , 28 (2), 235-260.
- Hansen, E. J., & Andersen, B. H. (2000). *Et sociologisk værktøj - Introduktion til den kvantitative metode* (1. udgave udg.). København K: Hans Ritzels Forlag.
- Jensen, J. F. (2006). Plus-værdierne: Playability, Likeability, Usability, Sociability. *InDiMedia: Nyhedsbrev om interaktive digitale medier* , 2 (7), 4-5.
- Jensen, J. M., & Knudsen, T. (2006). *Analyse af spørgeskemadata med SPSS*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Jensen, J. M., & Knudsen, T. (2006). *Analyse af spørgeskemadata med SPSS*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Jensen, J. T., & Lundgaard, I. B. (2014). *Museer - viden, demokrati og transformation*. København: Kulturstyrelsen.
- Johansen, T., & Kyhn, D. B. (22. Mar. 2015). *Danmark på strikkepinde*. Hentede 02. Apr. 2016 fra DR DK Lev Nu: <http://www.dr.dk/levnu/fritid/danmark-paa-strikkepinde>
- Kulturministeriet. (11. Apr. 2014). *Bekendtgørelse af museumsloven* . Hentede 07. Mar. 2016 fra Retsinformation: <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=162504&exp=1>
- Kuniavsky, M. (2003). *Observing the User Experience - A Practitioner's Guide to User Research*. Morgan Kauffman Publishers (Elsevier).

- Kvale, S. (1997). *Interview - En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. København K: Hans Reitzels Forlag.
- Kjørup, S. (1996). *Menneskevidenskaberne - Problemer og traditioner i humanioras videnskabsteori*. Frederiksberg C: Roskilde Universitetsforlag.
- Kongernes Samling. (u.d.). *Rosenborg - Slottets historie*. Hentede 10. Feb. 2016 fra Kongernes Samling: <http://www.kongernessamling.dk/rosenborg/slottets-historie/>
- Lanier, J. (2010). *You are not a gadget*. London: Penguin Group.
- lopatovska, I. (2015). Museum website features, aesthetics, and visitors' impressions: a case study of four museums. *Museum Management and Curatorship* , 30 (3), 191-207.
- Løssing, A. S. (2008). *Danske kunstmuseer på nettet - en kortlægning af en kunstmusealformidlings- og udstillingspraksis*. Aarhus: Aarhus Universitet.
- Løssing, A. S. (2004). *Internettet som udstillingsramme* (Årg. 3). Århus: Center for Digital Æstetik-forskning.
- Nielsen, D. G. (11. May 2015). *Hjernen belønnes når vi tjekker mobilen* . Hentede 07. Mar. 2016 fra DR Nyheder: <http://www.dr.dk/nyheder/regionale/syd/hjernen-beloennes-naar-vi-tjekker-mobilen>
- Nielsen, L. D. (25. Jan 2013). *Facebookstatistik 2013 for Danmark: Sådan er befolkningen fordelt*. Hentede 16. Mar 2016 fra Nettendenser: <http://www.nettendenser.dk/2013/01/25/facebook-statistik-2013-for-danmark-sadan-er-befolkningen-fordelt/>
- Müller, M. (31. Jan 2016). *Flere og flere museer vil benytte sig af virtual reality*. Hentede 16. Mar 2016 fra DR Nyheder: <http://www.dr.dk/nyheder/kultur/historie/flere-og-flere-museer-vil-benytte-sig-af-virtual-reality>
- Madsen, L. (05. Jan. 2011). *Hjemmestrik er den hotteste trend*. Hentede 02. Apr. 2016 fra Femina: <http://www.femina.dk/mode/strik/hjemmestrik-er-den-hotteste-trend>
- Madsen, M. B. (07. May 2011). *Internettet ændrer din hjerne* . Hentede 07. Mar. 2016 fra Videnskab DK: <http://videnskab.dk/teknologi/internettet-aendrer-din-hjerne>
- MMEX. (u.d.). *Husker du? - Lydspor i Greve*. Hentede 16. Mar 2016 fra Museernes videncenter for digital formidling: <http://mmex.dk/portfolio/husker-du-lydspor-i-greve>
- MMEX. (u.d.). *Jeg er arkæolog*. Hentede 16. Mar 2016 fra Museernes videncenter for digital formidling: <http://mmex.dk/portfolio/jeg-er-ark%C3%A6olog>
- Pallud, J., & Straub, D. W. (2014). Effective website design for experience.influenced enviroments: The case of high culture museums. *Information & Management* , 51 (3), 359-373.
- Sartre, J.-P. (2013). *Væren og intet* (2. Udgave udg.). (M. C. Jacobsen, Ovs.) Aarhus: Forlaget Philosophia.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum chapter 4*. Hentede 01. 03 2016 fra The Participatory Museum: <http://www.participatorymuseum.org/chapter4/>
- Shu, L. (01. May 2015). *Van Gogh vs. Candy Crush: How museums are fighting tech with tech to win your eyes*. Hentede 16. Mar 2016 fra Digital Trends: <http://www.digitaltrends.com/cool-tech/how-museums-are-using-technology/>
- Skot-Hansen, D. (2008). *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi - når oplysning bliver til oplevelse*. Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Søgaard, L. (03. Oct. 2013). *Heidegger: Bjergbonden, der spurgte til teknikkens væsen*. Hentede 08. Mar. 2016 fra Kristeligt Dagblad: <https://www.kristeligt-dagblad.dk/udland/heidegger-bjergbonden-der-spurgte-til-teknikkens-v%C3%A6sen>

Statens Naturhistoriske Museum. (u.d.). *Geologisk Museums historie*. Hentede 10. Feb. 2016 fra Statens Naturhistoriske Museum : http://geologi.snm.ku.dk/om_geologisk_museum/geologisk_museums_historie/

Statens Naturhistoriske Museum. (u.d.). *Nyt Naturhistorisk Museum*. Hentede 10. Feb. 2016 fra Statens Naturhistoriske Museum: <http://nyt.snm.ku.dk/>

Statens Museum for Kunst. (u.d.). *Aftaler med Kulturministeriet*. Hentede 10. Feb. 2016 fra SMK: <http://www.smk.dk/om-museet/hvem-er-vi/aftaler-med-kulturministeriet/>

Statens Museum for Kunst. (u.d.). *SMK's historie*. Hentede 10. Feb. 2016 fra SMK: <http://www.smk.dk/om-museet/hvem-er-vi/smks-historie/>

Russel, B. H. (2001). Unstructured and semistructured Interviewing. I B. H. Russel, *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches* (3. udg., s. 208-236). Lanham, Maryland: AltaMira Press.

Bilagsoversigt

1. Dispensation
2. Pressemateriale fra Parkmuseerne
3. Interview med Peter Kirkhoff Eriksen
4. Interviewguide
5. Scenarie
6. Spørgeskema
7. Spørgeskemadata
8. Interview: Anna
9. Interview: Alexander og Signe
10. Interview: Carina
11. Transskriberingskoder