

Anne-Lise Krogh Andersen

Didaktisk Oplevelses- Design

Oplevelsesdesign
10. semester

Vejleder: Martin Knakkegaard

ANNE-LISE KROGH ANDERSEN

DIDAKTISK
OPLEVELSESDSIGN

VEJLEDER: MARTIN KNAKKERGAARD

OPLEVELSESDSIGN
10. SEMESTER

71,4 NORMALSIDER
171.446 TYPEENHEDER

AALBORG UNIVERSITET
MAJ, 2012

ABSTRACT

The field of experience design has been focused to a very large extent on the economic aspects. What is, essentially, the art of selling more by utilizing experiences. This thesis is based on the belief that this excludes a possible opportunity to use experience design for something entirely different; namely the use of experience design in the dissemination of knowledge.

The ideal arena to look at this is the museums, where the need to disseminate information on the part of the museum can be seen as clashing with the desire to have a good experience on the part of the patrons.

Therefore the purpose of this thesis is to construct a model which explores the intersection between dissemination and experience. A model that can be used as a tool in the design of what is termed didactic experiences in museums.

This was achieved by drawing on a wide spread of varying theories and subjects, ranging from communication, across theories on ethos and authenticity, the impact of media and motivational theories, to theories on learning and didactics, as well as experience design. By collating and comparing these subjects and the chosen theories, connections emerged that became the foundation of the model.

By creating a test-case and using the model to design a concept for a museum experience, and then testing said concept on 15 test-subjects, the results indicate that the model can be useful as a design-tool for museums.

Further testing and development outside the scope of this thesis is needed, but didactic experience design can potentially be useful to museums, libraries, counties and even governments as they need to disseminate information to adults who need to absorb the information on a voluntary basis.

INDHOLDSFORTEGNELSE

| | |
|----------------------------------------|----|
| Indledning | 2 |
| Problemformulering | 3 |
| Teoretisk baggrund | 4 |
| Edutainment | 4 |
| Gamification | 9 |
| Dannelse | 11 |
| Didaktik | 13 |
| Teoretisk fundament | 16 |
| Kommunikation | 16 |
| Afsender | 18 |
| Formidling | 18 |
| Etos | 19 |
| Autenticitet | 20 |
| Medie og metode | 22 |
| medie | 22 |
| Motivation | 23 |
| Data, information, viden, visdom | 25 |
| Modtager | 26 |
| Oplevelsens psykologi | 26 |
| Læring | 29 |
| Didaktisk Oplevelsesdesign | 33 |
| Case | 44 |
| Konceptudvikling | 45 |
| Konceptgennemgang | 52 |
| Test | 61 |
| Testresultater | 63 |
| Revision af koncept | 74 |
| Revideret model | 75 |
| Konklusion | 76 |
| Afsluttende refleksion | 78 |
| Litteraturliste | 79 |
| Bilag 1 - Testresultater | 82 |

INDLEDNING

Oplevelsesdesign er et begreb som kan henføre sin oprindelse til oplevelsesøkonomien. Et af resultaterne af dette er at der i litteraturen i høj grad fokuseres på det at sælge. Dette salg kan fremmes ved at tilbyde kunden noget ekstra, fx i form af en god oplevelse i købsituationen, men det kan også ske ved at tilføje en oplevelses-dimension til selve varen. Det centrale er et markedsøkonomisk rationale, som går på at et salg er bedre end ingen salg, for indtjening er det primære.

Jeg mener dette forbigår en stor mulighed for oplevelsesdesign, nemlig det jeg vil kalde didaktisk oplevelsesdesign.

Didaktisk oplevelsesdesign er i og for sig ikke nogen ny idé. Edutainment som er en blanding af underholdning og undervisning vil være velkendt for de fleste. De meget populære Pixeline-spil til børn falder i vid udstrækning ind under edutainment-begrebet, men det gør ting som drama-dokumentarer også.

Et andet begreb er gamification; et relativt nyt udtryk som hurtigt har opnået status af buzzword. Gamification kan ses som et forsøg på at få primært voksne mennesker til at have det sjovere mens de løser kedelige opgaver, ved at bruge elementer af spil til at fremme brugernes motivation til at udføre de givne opgaver. Fx har Microsoft for nyligt introduceret achievements i deres programmerings-software.

Jeg mener der er plads til didaktisk oplevelsesdesign som mere grundlæggende går ind og arbejder med en blanding af oplevelse og læring. En form for oplevelsesdesign som retter sig primært mod voksne, og som formål har formidling af informationer eller viden. Og som ikke mindst forsøger at finde metoder til at få voksne mennesker til at lære nyt ved at tilbyde tillokkende og interaktive oplevelser.

I dette speciale vil jeg forsøge at beskrive en model for didaktisk oplevelsesdesign. Jeg vil forsøge at lokalisere de steder hvor formidling og oplevelsesdesign interagerer og prøve at gøre samspillet mellem de to mere tydeligt og anvendeligt for oplevelsesdesignere.

Jeg vil fokusere på museumsverdenen, da jeg mener museernes situation er ideel til at behandle dette emne. På den ene side er formidling indskrevet i museernes lovgrundlag, og museerne har derfor en forpligtelse til at videregive information til de besøgende. På den anden side er museerne attraktioner, og de besøgende kommer for at få en god oplevelse. Dette spændingsfelt mellem museets forpligtelse og de besøgendes ønske synes jeg det er interessant at udforske og arbejde med.

Som Museumsbogen så elegant siger det:

Museet vil helst tale om god formidling – men brugerne vil gerne have, at den også er underholdende, i al fald ikke kedelig. (Strandgaard, 2010, s. 86)

Jeg mener ikke disse to modsatrettede ønsker behøver udelukke hinanden gensidigt, hvilket er hele formålet med dette speciale.

PROBLEMFORMULERING

Dette speciale baserer sig på tre grundlæggende hypoteser:

- 1: Det er muligt at udarbejde en model som sammenfletter formidling og oplevelsesdesign på en meningsfuld måde.
- 2: En sådan model vil kunne bruges til at designe et koncept.
- 3: Dette koncept kan gennem test give en indikation af om modellen kan bruges i designsammenhæng.

Ud fra disse tre hypoteser udarbejder jeg min problemformulering.

Min grundlæggende præmis for hele specialet er at der findes en eller flere sammenhænge som forbinder formidling og oplevelsesdesign.

Med udgangspunkt i denne præmis vil jeg i dette speciale forsøge at belyse de følgende to spørgsmål:

- 1: Hvordan kan denne eller disse sammenhænge beskrives på en relevant måde i forhold til at designe formidling og oplevelser?
- 2: Hvordan kan sandhedsværdien af en sådan forståelse testes ved hjælp af en idealiseret test-case?

TEORETISK BAGGRUND

Før jeg begynder at arbejde med didaktisk oplevelsesdesign synes jeg det er relevant at kigge på to allerede eksisterende begreber, som til dels synes at dække over nogenlunde det samme, nemlig edutainment og gamification.

EDUTAINMENT

Edutainment er defineret som *"entertainment (as by games, films, or shows) that is designed to be educational"* (Merriam-Webster, 2012).

Det giver næsten sig selv at nogen har indtænkt en sammenhæng mellem underholdning og læring. Begge felter har nemlig en teori til fælles; teorien om flow.

Csikszentmihalyi (2008) grundlagde flow-teorien i 1970'erne. Basalt set handler det om at balancere forholdet mellem de udfordringer man stiller en person og de kompetencer som personen er i besiddelse af. Hvis individet er mere kompetent end udfordringen kræver, er resultatet kedsomhed. Hvis udfordringen er for høj i forhold til personens kompetencer, så resulterer det i angst.

Csikszentmihalyi's pointe er at flow ligger der hvor der er balance mellem kompetencer og udfordringer. Flow betyder at man udnytter det maksimale potentiale for læring og udvikling, men det betyder også at personen som oplever flow kan opnå en tilstand hvor man mister fornemmelsen for tid og sted og fordyber sig komplet i opgaven.

Denne flowtilstand er en som både computerspilsdesignere og oplevelsesdesignere finder ønskværdig for brugerne af deres produkter, og derfor en som man forsøger at designe hen imod. Som Csikszentmihalyi (ibid. s. 72) selv pointerer, så er der visse elementer som kan fremme opnåelsen af flow. Disse elementer kan opsummeres som følger:

- Regler som kræver udvikling af evner
- Mål
- Feedback
- Muliggør selvbestemmelse
- Fremmer koncentration ved at adskille aktiviteten fra 'hverdagens virkelighed'

Disse er alle elementer som genfindes i de fleste computerspil; faktisk svarer de nogenlunde overens med Chris Crawford's elementer som skal opfyldes før der er tale om spil, som jeg kommer nærmere ind på lidt senere.

Det skal dog nævnes at man kan designe til at fremme opnåelsen af flow, men at opnå flow er helt afhængig af individet som oplever eller lærer.

Problemet med at sammensmelte spil og læring er netop at opnå en balance, således at behovet for (eller ønsket om) det ene ikke overvælder vægtningen af det andet. Andersen og Dalgaard (2004, s. 203 ff.) anbefaler at udviklingen af edutainment-spil foregår i et samspil mellem computerspilsdesignere og folk som har et 'solidt kendskab til... det omfangsrige læringsfelt'. De udpeger selv The Sims som det bedste edutainment-spil; et spil der dog om nogen af de udvalgte, ikke var designet som edutainment, ligesom jeg har været ude af stand til at finde beviser for at læringseksperter var involveret i skabelsen af spillet.

Den indbyggede værdisætning i dette mener jeg er, og bør være, at det primære formål med et spil skal være at underholde, udfordre og invitere til flow. Dertil kan føjes læring som et ekstra element, men hvis ikke spillet opfylder de tre kriterier først, så bliver spillet som spil betragtet en fiasko.

For at vende tilbage til ordbogs-definitionen, så kan man sammenligne det med en edutainment-film. Først og fremmest skal den have de filmiske virkemidler og en fortællestruktur på plads. Det tekniske, billedernes kvalitet, skuespillernes præstationer og lyden skal også være i orden. Og ind i denne grundlæggende struktur kan man så putte læring.

Som med film kan computerspil fremstå enkle og lette at producere. Men i realiteten indgår der mange overvejelser og afvejninger i sådan et projekt. Crawford (2003) opstiller en række elementer som han mener spil og leg skal indeholde.

- Leg skal være metaforisk, altså repræsentativt for noget som eksisterer udenfor legen
- Leg skal være sikker; mens negativ feedback er en mulighed, må det ikke være urimeligt negativt
- Leg behøver ikke være eksotisk. Det kan godt være eksotisk, men fx The Sims¹ er et glimrende eksempel på at et spil ikke behøver være eksotisk for at få succes
- 'The fun factor'. Crawford påpeger at et spil ikke behøver være sjovt for at være godt. Det er aldeles muligt at have et spil som ikke er sjovt, men stadig er underholdende.
- Spil skal være udfordrende, og for at noget kan være udfordrende skal der findes regler som begrænser udfoldelserne
- Spil må indeholde en form for konflikt for at have en historie
- Spil må være interaktivt, og indsatsen må være passende i forhold til belønningen. Her er det interessant at kigge på de mange casual games² som findes på nettet ganske gratis; de har typisk en lav kompleksitet, og er derfor hurtige at komme i gang med. Til gengæld er belønningen for at spille spillet også derefter i forhold til et meget komplekst spil som fx Civilization³ som kræver at spilleren lærer de mange kompleksiteter og interaktionsmuligheder der er i spillet, men hvor belønningen er en stor følelse af personlig succes når man har mestret spillet

¹ Simulationsspil, hvor man kan skabe personer og styre deres liv i en næsten 100% naturlig hverdag. Spilleren kan få disse 'sims' til at få børn og dermed fortsætte spillet gennem flere virtuelle generationer.

² Spil der er så lette at gå til at man kan komme i gang på få sekunder. Ofte meget vanedannende og enkle spil.

³ Strategispil som sætter spilleren i spidsen for en lille stamme i år 4000 f. kr. Ved at dirigere udforskning, byggeri og videnskabelige fremskridt kan man lede sin stamme til verdensherredømme; enten økonomisk, militært, diplomatisk eller ved at være den første civilisation som sender en ekspedition til Alpha Centauri for at kolonisere et andet solsystem.

Edutainment er dog naturligvis ikke blot spil. Det er også læring. Jeg vil ikke her komme nærmere ind på diverse læringsteorier; det vil jeg gøre senere, men i stedet kigge nærmere på Andersen og Dalgaards (2004, s. 126) skema, som opsummerer en række sammenhænge mellem spilgenrer, læringsniveauer og forskellige indlæringsmuligheder.

| Niveau 0-1 | Niveau 2a | | | Niveau 2b | | Niveau 3 |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Hårde kompetencer ←-----→ | | | | | | Bløde kompetencer |
| Ingen refleksion ←-----→ | | | | | | Refleksion |
| Ubevidst | | | | Bevidst | | |
| Ingen refleksion | Blind efterforskning blandt det man kender. Reproduktiv læring. Empiri | | | Eksperimentering og refleksion. Produktiv læring. Teori | | Refleksion over refleksion. Ændre konteksten, så den passer til situationen. |
| Kumulation | Assimilation | | | Akkomodation | | |
| Ingen relation til anden viden. Udenadslære | Konstruktiv. Livsdrift | Restriktiv. Dødsdrift | Fejl. Misforståelse | Konstruktiv – offensiv. Modstand accepteres. Rekonstruktion. | Restriktiv – defensiv. Modstand afvises. Forsvarsmekanisme. Negation | |
| Klassisk betingning -> operant betingning | | | | | | |
| | | | | Zonen for den nærmeste udvikling (flow) | | |
| | | | | Situert læring | | |
| | | | | Metakognition (det refleksive rum) | | |
| Action | | | | | | |
| Træne og forbedre eksisterende værdigheder vha. repetition | | | | | | |
| Simulation | | | | | | |
| Opøve konkrete færdigheder i realistiske verdener. | | | | | | |
| | Adventure Identificering med roller. Social interaktion. Udforske og kombinere elementer. Logisk tænkning | | | | | |
| | | | | Strategi | | |
| | | | | Prioritere midler og analysere behov. Forståelse for komplekse systemer. | | |

Ud over skemaets komplekse natur, så synes jeg det især er interessant at bide mærke i sammenhængen mellem de muligheder som de enkelte spilgenrer giver for læring, samt sammenhængen mellem spil, aldersgruppe og læringsniveau.

Actionspil egner sig eminent til udenadslære. En yngre ven brugte på et tidspunkt timer på at spille Super Meat Boy – et spil som basalt set går ud på at spille den samme bane igen og igen, indtil spilleren er løbet ind i samtlige skjulte fælder (og er død) og har lært de nødvendige bevægelser for at undgå alle farer, både åbenlyse og skjulte, indtil rytmen er så indgroet at den nærmest er instinktiv. Denne repetition betyder ikke at han blev bedre til at spille spillet, nødvendigvis, men at han blev perfekt til at spille netop dén bane. For spillets individuelle baner kan kun vindes ved perfektion.

Spil som Typer Shark, hvor man skal taste ord for at skyde hajer ud af vandet, kan siges at være edutainment på dette niveau, da de både er spil i sig selv, men også fremmer skrivehastigheden på tastatur, uanset hvilken metode man anvender.

Simulationsspil handler om at opøve færdigheder i realistiske verdener. I nogle tilfælde i en grad så spil-elementet i høj grad forsvinder. Fx Microsoft Flight Simulator (MFS), som var så realistisk at terroristerne før 11. september efter sigende brugte det som træningsværktøj. Noget som gjorde at Microsoft trak spillet fra markedet og først relancerede det i 2012. Man kan diskutere i hvor høj grad et spil uden fastsat historie og mål rent faktisk er et spil, men at MFS var og er et udfordrende spil med en stejl indlæringskurve i sig selv, er svært at modsige.

Her skal også nævnes at afgrænsningen som Andersen og Dalgaard foretager mellem simulation og strategispil kan virke mystisk på spillere som er vant til spilverdenens klassifikationer. Mens de har ret i at The Sims kræver at spilleren prioriterer de ressourcer man har til rådighed, så har jeg aldrig set The Sims klassificeret som strategi. På samme måde eksisterer spil som Sim City⁴ også på grænsen mellem de to, da det på den ene side er en temmelig god simulering af byliv (i hvert fald op til Sim City 4), og på den anden side kræver stram ressource-styring hele vejen igennem.

En årsag til forskellen skal måske søges i definitionen. Strategispil vil typisk, ud over ressource-styringen, inkludere faste og indbyggede mål, mens simulationsspil typisk vil være uden fastlagte mål. Et simulationsspil kan altså ikke 'vindes' i klassisk forstand, og kræver at spilleren selv fastlægger mål og succeskriterier.

Adventure har altid handlet om at påtage sig forskellige roller og udforske dem. LucasArts Jedi Knight: Dark Forces II⁵ tvinger spilleren til at spille som én bestemt person, men giver til gengæld spilleren friheden til at vælge om man vil lægge vægt på kraftens lyse eller mørke side. Spillet præsenterer endog to vidt forskellige slutninger, alt efter hvilken side man vælger med sine handlinger undervejs.

Mere frie er spil som World of Warcraft⁶ (WOW), hvor man vælger mellem mange forskellige racer og typer af spilbare personer, tilpasser køn og udseende, og i sin interaktion med de øvrige spillere i verdenen kan udforske hvem man ønsker at være. Samtidig må det dog siges at WOW nærmer sig strategispil i den sociale interaktion med andre spillere, som gør spilverden meget kompleks.

Endelig nævner de strategispil, som dækkende over det højeste kompleksitetsniveau og som den eneste spilgenre som opnår det højeste læringsniveau.

Metarefleksion; refleksion over refleksion har jeg svært ved at se at et spil kan inkludere. Et spil kan, efter min mening, lægge op til metarefleksion, men denne type af refleksion mener jeg udelukkende kan foregå i spillerens egne overvejelser om spillets indhold.

⁴ Spil hvor spilleren præsenteres for et øde område hvor man kan opbygge en by, men ikke kontrollere byens beboere direkte.

⁵ Spil i Star Wars-universet, hvor spilleren skal kæmpe sig vej igennem utallige fjender og lære at bruge kraften.

⁶ Online blanding af rollespil og realtime strategi med mange muligheder og et enormt univers der står fuldstændig åbent for spilleren at udforske som han ønsker. Mange spillere indgår i de såkaldte 'guilds', hvor de samarbejder med andre spillere.

Når det så er sagt, så er fortællingen i spil som fx Braid⁷ oplagte til metarefleksion. Forhistorien afsløres, bid for bid, mens man arbejder sig igennem universet. Dog må det siges at Braid, for mig, ikke lagde op til at jeg reflekterede over ret meget ud over historien. Et lille spil som det gratis ...but that was [yesterday] var til gengæld et der satte tanker i gang. I et næsten ordløst univers formår spillet at komme omkring venskab, tab og kærlighed, samtidig med at det meget subtilt får formidlet at for at komme videre i tilværelsen så må man holde op med at fokusere på fortiden. Hvad der på overfladen virker som et ret gennemsnitligt og lidt kedeligt platformsspil er i virkeligheden ret dybt på det psykologiske plan.

Med andre ord mener jeg ikke strategispil er den eneste spil-genre som kan opfordre til refleksion over refleksion. ...but that was [yesterday] fik mig ikke kun til at reflektere over spillets underliggende historie og hvordan det fungerer i mit eget liv, men også over spillets virkemidler og hvad det er i mit liv der gør at spillet får mig til at tænke sådan som jeg gør.

Edutainment er et område som fortsat kan – og bør – udvikles. Mange dokumentarfilm udvikler sig efterhånden til drama-dokumentarer, komplette med skuespillere og fiktive dialoger, og det står sandsynligvis ikke lysende klart for tilskuerne hvad der er viden og hvad der er spekulation. For eksempel BBC's stort anlagte serie: "Walking with dinosaurs" tilbringer meget tid med at forklare og vise hvordan dinosaurerne så ud og levede, og meget lidt tid (om noget) på at afgrænse hvad man faktisk ikke ved, og hvad der er fossilt bevis for.

Samtidig må det også siges at for alle de mange muligheder der ligger i edutainment, så er der også mange begrænsninger som må tages højde for. Er det for eksempel frivilligt for spilleren? Ønsker spilleren undervisning/læring eller underholdning? Hvilke forudsætninger kommer spilleren med – både i forhold til allerede kendt viden, men så sandelig også i forhold til hvor øvet en spiller hun er?

Edutainment har affødt et relateret, men alligevel forskelligt begreb, nemlig gamification. Det vil jeg tale om i det følgende kapitel.

⁷ Platformsspil som leger med tid. Løber man den ene vej bevæger tiden sig fremad, løber man den anden vej bevæger tiden sig baglæns. Opgaverne som udgør banerne skal løses ved at benytte disse modsatrettede kræfter kreativt.

GAMIFICATION

Gamification er et nyt begreb, så nyt at en egentlig definition stadig debatteres.

Jeg vælger at tage udgangspunkt i Deterding, Dixon, Khaled og Nacke (2011)'s definition, da den både er relativt enkel og overskuelig.

De benytter sig af den nedenstående grafik til at opsummere deres definition, ud over den sproglige definition: *"Gamification is the use of game design elements in non-game contexts."*

Som det ses ud af grafikken så adskiller forfatterne 'spil' fra 'leg'. Ifølge deres definition (og i øvrigt også ifølge Crawford's, som tidligere nævnt) så er spil defineret ved at have regler og ved at der er konkurrence om at nå et mål. Crawford stiller flere krav til spil, men tager man spil til også at inkludere fx brætspil, så mener jeg det er en dækkende konklusion.

Det er også vigtigt at pointere at de ikke ser nogen grund til at begrænse definitionen til udelukkende at inkludere digitale løsninger, en holdning som jeg er helt enig i.

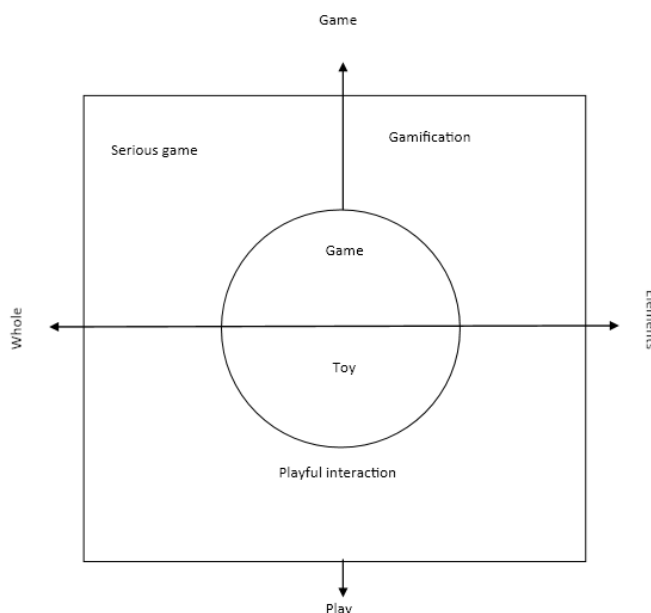
'Serious Games' dækker over det som jeg vil kalde edutainment i spilmæssig forstand, nemlig et helt spil brugt til noget seriøst (nemlig læring). Forskellen herfra til gamification ligger hovedsagelig indbygget i denne forståelse. Edutainment kræver et fuldt spil, mens gamification kun bruger elementerne fra spil til at udvide andre områder, services o.s.v.

Forfatterne pointerer dog også at grænsen for en gamified service og et reelt spil er flydende og i vid udstrækning vil afhænge af brugen. Som eksempel fremhæver de Foursquare, hvor elementerne af gamification (fx at en bruger kan bliver 'mayor' af en lokation som besøges ofte) også kan fungere som et spil i sig selv, alt afhængig af måden det bliver brugt på af brugerne.

Det er forfatterens holdning at man ikke bør begrænse brugen af gamification som term til et specifikt felt, som fx user experience, men derimod bør udnytte det som en mere tværgående forståelsesramme.

Det var den generelle definition på gamification. På det mere specifikke plan kan man kigge på hvor gamification dukker op, og hvilke muligheder og faldgruber der findes.

Online tjenester som fx Chore Wars forvandler husarbejde til experience points (XP) i et fantasy-univers. Tjenesten påstår selv at den primært er skabt for at give brugerne et bedre



overblik over hvem der egentlig udfører husarbejdet (Chore Wars help, UÅ), men det er svært at overse muligheden for at konkurrere om at opnå flest XP hurtigst muligt, og dermed indføre et konkurrence-element sammen med fantasy-elementet i husarbejdet.

Elementerne i Chore Wars er at tilføje XP, mulighed for at opgradere sin figur, og (for Dungeon Master, eller den som fastlægger opgaverne) at styre og iværksætte særlige quests.

Umiddelbart er den største faldgrube i Chore Wars at der ikke er nogen kontrol med om opgaverne i den virkelige verden også bliver udført. Måske derfor lægger tjenesten også op til at det spilles indenfor et enkelt hjem eller på en arbejdsplads mellem kollegaer.

McDonald's seneste reklamekampagne var også gamified i den forstand at den sendte folk på jagt efter 'tokens' i form af små lydclip og QR-koder. Disse kunne så optræde i TV-reklamer, on-line eller i den virkelige verden i form af bannere, plakater og andre trykte reklamer. I virkeligheden var disse 'tokens' dybest set en avanceret form for rabatkupon, men der blev udvist stor interesse for at 'game' systemet. For eksempel spredte nyheden sig om at man kunne få udbytte af den samme QR-kode to gange ved simpelthen at dreje sin smartphone og scanne koden igen (Jensen, 2011).

Som reklamekampagne var så vellykket at McDonald's relancerede den igen i april, 2012. Som gamified reklamekampagne var den derimod en større succes i den måde folk samarbejdede om at udnytte systemets fejl og mangler til egen (og andres) gevinst.

Fun Theory er et koncept som stammer fra VW's hjemmeside (Volkswagen, 2009) med samme navn.

Det interessante i denne sammenhæng er at Fun Theory handler om at gøre små ting i hverdagen uventet interaktive med overraskende resultater. Youtube-videoerne med deres største succeser har haft millioner af seere. Piano stairs i særdeleshed (Rohihetsteorin, 2009) har haft mere end 17 millioner views på Youtube siden september 2009.

Et par af Fun Theory's projekter indeholder klare gamification-elementer. Fart-kamera-lotteriet er et tydeligt eksempel, hvor skaberen har gamified fartkontrol.

Microsoft har i deres programmeringsprogram Visual Studio indført achievements (Pedersen, 2012) som en frivillig add-on. Tanken er at tilføje et konkurrence-element for at motivere programmørerne.

I dette tilfælde mener jeg det er på sin plads at spørge om det er muligt at være kreativ og samtidig gå efter de forudindstillede achievements. Dræber gamification kreativitet?

Endelig må man debattere nødvendigheden og ønskværdigheden af at indføre achievements og andre gamification-elementer i arbejdslivet. På den ene side kan man argumentere for at mange millioner af arbejdere udfører arbejde der er så fjernt fra et slutprodukt at de aldrig kommer til at se noget endeligt resultat af deres arbejde. Her kan gamification gå ind og sikre at man ser noget håndgribeligt (selv om det måske kun er et virtuelt 'badge'), og på den måde arbejde med motivation på et andet niveau end vi er vant til.

På den anden side kan man argumentere for at det begrænser kreativitet og lysten til at udfolde sig, hvis man indsnævrer success-kriterierne til det der kan udløse en achievement. Samtidig skal man også tage højde for den konkurrence-mentalitet som hurtigt kan udvikle sig. Den kan være både nyttig og givtig, men det kan være skadeligt for samarbejdet hvis den tager overhånd.

Jeg mener gamification har sin berettigelse på mange områder, men når det kommer til at lære ting tror jeg ikke på dens styrker. Men lad os først kigge på hvorfor det overhovedet er interessant at arbejde med formidling.

DANNELSE

Hvorfor overhovedet beskæftige sig med formidling til voksne? Er det ikke tilstrækkeligt at Danmark i 2007 fik en strategi for livslang læring (Undervisningsministeriet, 2007) som blandt andet omhandlede voksen- og efteruddannelse?

Jeg mener ikke det er nok. Som jeg ser det, så er strategien for livslang læring et forsøg på at fremme konkurrenceevnen for de Europæiske nationer ved at sikre sig en befolkning som hele livet igennem opnår bedre faglige kvalifikationer. Men mens faglige kvalifikationer er vigtige så mener jeg også at der er andre behov som bør overvejes og tilgodeses undervejs.

KLASSISK DANNELSE

I den forbindelse er det relevant at tale om dannelse. Dannelsesbegrebets historiske baggrund opsummeres af Klafki (2011, s.32 ff.). Ifølge denne opsummering starter dannelse ud som oparbejdelsen af en evne til egen selvbestemmelse. Det er virker ikke som et tilfælde at det er Kant der bliver den måske vigtigste stemme omkring dannelse i denne forstand, i tiden umiddelbart omkring den Franske revolution, hvor enevælden stod for fald og nye styreformer dukkede op.

Égalité, fraternité et liberté var slagordet for revolutionen, og især égalité – altså lighed – er kodeordet for de næste tanker om dannelse, nemlig dannelse som almindelse – dannelse for alle. I denne periode dukker fx enhedsskolen op, som til forskel fra tidligere tiders uddannelses-tanker går ud på at alle, uanset deres sociale baggrund, bør have den samme grundlæggende dannelse.

Dette fører til det næste grundlæggende element i den klassiske dannelsesteori, nemlig forholdet mellem individualitet og fællesskab, som kan opsummeres i den tanke at den individuelle dannelse ikke kan foregå i et vakuum, men derimod kun kan opnås gennem interaktion med fællesskabet. Det er også på dette niveau begreber som nationalisme og kultur forstås i den klassiske dannelsesteori.

Afsluttende skal nævnes at den klassiske dannelsesteori beskæftiger sig med tre overordnede dimensioner. Det drejer sig, ifølge Klafki (2011, s. 45) om: *”Den moralske dimension, erkendelsens eller tænkningens dimension og den æstetiske dimension.”* Den moralske dimension handler generelt om at udvikle en moralsk ansvarlighed og evnen og viljen til at handle på denne ansvarlighed. Erkendelses-dimensionen kan anskues som kognition, og den æstetiske dimension handler ikke kun om værdsættelsen af klassiske kultur-elementer som teater og musik, men også om hverdags-æstetik i form af fx design og former for medmenneskeligt samvær.

Klafki’s egne teorier betragter generelt dannelse som uddannelse, altså noget som er formelt og fastlagt. Dette speciale kræver dog en bredere definition, og en anden synsvinkel som lægger sig tættere op ad den klassiske dannelsesteori på nogle områder.

DEMOKRATI OG DANNELSE

Det særlige ved demokrati som styreform er at den som jeg ser den er afhængig, ikke af enkeltpersoners evner og uddannelse, men derimod af befolkningen (som minimum den

stemmeberettigede del) som helhed. Igennem dansk historie har gruppen af stemmeberettigede gradvist udviklet sig, fra stænderforsamlingernes krav til jordbesiddelse, alder og køn, over grundloven i 1849, hvor vælgerne skulle være mænd over 30 som ikke var tyende eller fattige, til indførelsen af kvinders valgret med grundloven af 1915 (Aarhus Universitet, UÅ).

Med denne indflydelse på et lands regering er det forståeligt at der igennem tiderne har været megen diskussion om demokratiets effektivitet. Senest måske i sommeren 2011, hvor Ugebrevet A4 fik foretaget en undersøgelse der viste at hver 9. dansker synes tanken om en stærk leder som ikke skal bekymre sig om hverken folketing eller demokratiske valg er en 'god idé' (Larsen, 2011). Det kan debatteres om det resultat stammer fra generel politikerlede eller en mangel på tillid til at de øvrige vælgere er i stand til at træffe den rigtige beslutning på Danmarks vegne.

Uanset hvordan man ser på det er det dog uomtvisteligt at grundstenen i ethvert demokrati er en form for fællesskab. Eller, som Korsgaard (2004, s. 7) pointerer, en følelse af medborgerskab som et amalgam af *"individets opfattelse af egen identitet og tilhørsforhold"*.

Hvorfra stammer Danskernes følelse af identitet og tilhørsforhold? Og er det noget der har ændret sig igennem tiden?

Svaret på det sidste spørgsmål er et ubetinget 'ja'. Det danske demokrati har næsten fra begyndelsen været afhængigt af en stærk nationalitetsfølelse, der som bekendt gjorde sig udslag i romantiseringen af mytologien omkring vikingerne i særdeleshed. Det danske sprog og den danske kultur blev bærende elementer i fællesskabsfølelsen efter tabet af Sønderjylland og de tyske områder i 1864 (ibid, s. 24 ff.). Men hvis det er disse ting der er grundlaget for den danske nationalstat; hvad sker der så når Danmark begynder at modtage flygtninge og indvandrere med en radikal anderledes kultur og med et radikalt anderledes sprog?

Hal Koch gav et muligt svar med hans demokratiteori, hvor grundlaget ikke skal være det nationale, men derimod et demokratisk medborgerskab (ibid, s. 26). Dette demokratiske borgerskab baserer sig på at man fastholder de demokratiske værdier, selv når de kommer under pres, men også at det er et krav for demokratiet i et land at opnå en retfærdig fordeling af nationens ressourcer. Denne 'retfærdige fordeling' kan ses som forløberen til velfærdsstaten som har været central for Danmarks selvforståelse i verdenssammenhæng, men det gør det også bekymrende at velfærdsstaten om noget ser ud til at være under pres fra verdensøkonomisk krise, globalisering og en stigende politisk polarisering.

For Koch var svaret opdragelse og oplysning, som det i øvrigt også var for Grundtvig næsten 100 år tidligere. For Grundtvig gav det sig udslag i grundlæggelsen af folkehøjskolerne, som på den ene side skulle uddanne befolkningen i håndværksmæssige færdigheder, og på den anden side skulle danne dem som medborgere gennem oplysning. Dette er i øvrigt en grundlæggende tanke som stadig er styrende for folkehøjskolerne (LBK nr. 689 §1), om end det overvældende behov for håndværksmæssige færdigheder og højskolerne som efteruddannelse af voksne er forsvundet.

Da højskolerne oprindeligt blev grundlagt kan man vel sige at højskoleeleverne kom for efteruddannelsen, og dannelsen var som den pollen bierne må tage med for at få fat i nektaren. I dag lokker højskolerne i vid udstrækning med kreative kurser og kurser med

personlig udvikling som formål, men dannelsen er fortsat et vigtigt element i et højskoleophold.

Det interessante i denne sammenhæng er at dannelse til demokratisk medborgerskab ikke ser ud til at være noget som borgerne nødvendigvis opsøger af sig selv på frivillig basis. Jeg mener ikke at vi har et mindre behov for at danne også voksne til at være gode, demokratiske medborgere nu, end vi nogen sinde før har haft. Men hvis ikke denne form for dannelse er fristende i sig selv, hvordan får man så fat på folk?

Grundtvig gjorde det med efteruddannelse, i mange tilfælde efteruddannelse som var vigtig for landbefolkningen i særdeleshed. Kan man i dag gøre det samme med oplevelsesdesign?

Jeg mener at der er en sammenhæng, og for at udforske den nærmere vil jeg i næste afsnit kort definere didaktik i forhold til læring, og se på hvordan begrebet 'didaktisk oplevelsesdesign' kan fungere i denne sammenhæng.

DIDAKTIK

Udtrykket didaktik kommer fra det græske 'didaktike', som betyder undervisningskunst (Den store danske, 2011). Didaktik omhandler undervisningen generelt, som regel dog delt i to distinkte dele. For det første spørgsmålet om hvad der skal undervises i, altså indholdet og udvælgelsen af samme. For det andet spørgsmålet om hvordan der skal undervises, altså metoden der skal benyttes (Grue-Sørensen, 1974. s. 45ff).

Da didaktik er et meget stort og bredt teorifelt vil jeg her udvælge tre teorier som jeg mener er relevante for min forståelse af didaktik.

Johan Friedrich Herbart (Juil, 2010, s. 54) er oprindelsen til den didaktiske trekant:

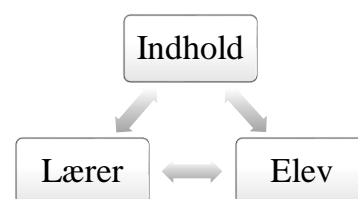
Kansanen og Meri (1999) opsummerer relationerne i trekanten. Mellem lærer og elev eksisterer et pædagogisk forhold som kan antage mange former, alt efter den pædagogik man anlægger.

Forholdet mellem elev og indhold er det man i vid udstrækning kalder læring; altså elevens egen forholden sig til indholdet. Læring kan fremmes, men ikke fremtvinges, da det foregår mellem eleven og indholdet.

Forholdet mellem lærer og indhold er det undervisningsmæssige aspekt; arbejdet med hvordan man bedst muligt formidler information til eleverne, men også hvilket indhold der skal udvælges.

I museumsmæssig sammenhæng mener jeg man kan erstatte læreren i modellen med afsender (altså museet) og elev med modtager (altså den besøgende). Imellem disse to består ganske vist ikke et pædagogisk forhold, men jeg vil påstå at der alligevel eksisterer en magtbalance mellem den 'vidende' part i form af museet og den 'informationssøgende' part i form af den besøgende.

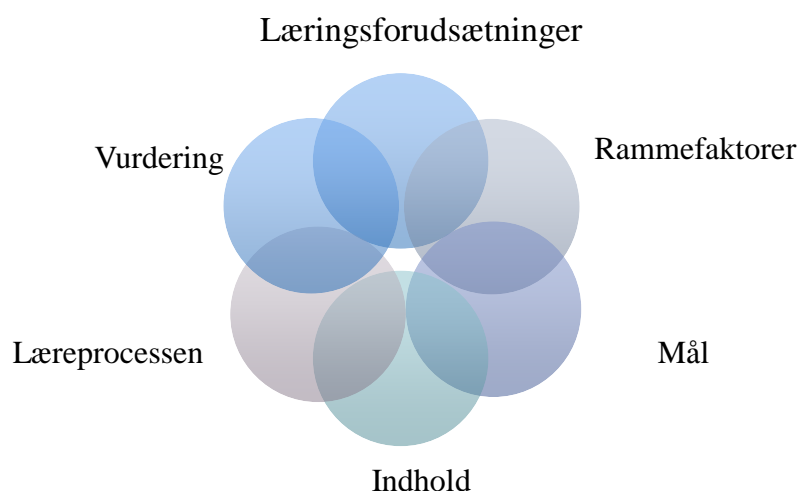
Paul Heimann (Juil, 2010, s. 58) er grundlæggeren af den læringsteoretiske didaktik, hvor fokus skifter til analysering og planlægning af undervisning. Hans fastlægger seks strukturmomenter:



1. *Intention, dvs. målet med undervisningen*
2. *Tematik, dvs. undervisningens indhold*
3. *Metodik, dvs. undervisningens organisering*
4. *Medievalg, dvs. undervisningsmidler*
5. *Antropogene forudsætninger, dvs. læringsforudsætninger*
6. *Sociokulturelle forudsætninger, dvs. læringsituationen og forskellige kulturelle forudsætninger i klasserummet (ibid, s. 58)*

Disse elementer i didaktikken finder jeg interessante i forhold til det foreliggende emne, da jeg mener de alle er relevante i forhold til formidling i museal sammenhæng. Museet har en intention, et formål med den formidling de foretager (implicit eller explicit). Der skal udvælges indhold, og formidlingen skal organiseres. Mediet gennem hvilken formidlingen skal foregå skal vælges og der skal tages højde for de besøgendes forudsætninger og museumsrummets påvirkning af de besøgende.

Hiim og HIPPES (ibid, s. 67) didaktiske relationsmodel inkluderer nogle af de samme elementer som Heimanns.



I forhold til Heiman falder medievalget ind under indhold (eller muligvis læreprocessen), mens de sociokulturelle forudsætninger inkorporeres i læringsforudsætninger.

Til gengæld har Hiim og Hippe to nye punkter på, som jeg også mener er vigtige. For det første er rammefaktorerne: ting som er udefrakommende, men som kan påvirke undervisningen (og, vil jeg påstå, elevernes læring). For et museum er det ting som de fysiske rammer og museumsloven.

For det andet er vurdering, af Hiim og Hippe defineret som en evaluering af elevens udvikling. Den vil jeg dog godt vende om i museumssammenhæng og sige at vurderingen i mindst lige så høj grad bør gå på de besøgendes vurdering af museet. På denne måde mener jeg at det er muligt at indbygge en form for kontinuerlig mulighed for forbedring ved at museet hele tiden har data til rådighed om hvad der virker i forhold til deres brugere.

I dette speciale vil jeg bruge didaktik når jeg omtaler formidling set fra museets side. Når det handler om at afsenderen skal forholde sig til indhold, metode o.s.v.

Læring vil derimod handle om hvad der sker hos modtageren; om de basale mekanismer som gør at mennesker kan indoptage ny viden.

Didaktik og læring således defineret vil jeg arbejde med kommunikation, da jeg mener det er det grundlæggende element i formidling.

TEORETISK FUNDAMENT

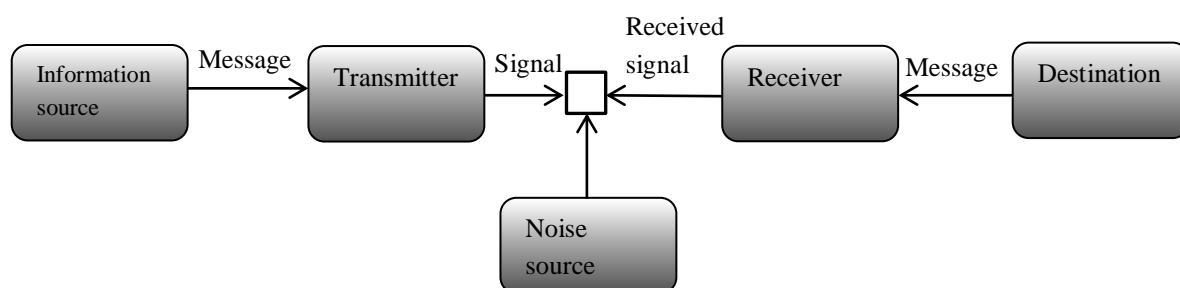
Man ville kunne fremdrage utallige teorifelter som relevante for didaktisk oplevelsesdesign. Jeg har udvalgt nogle som jeg mener er særligt relevante i forhold til design, da en fuldstændig afsøgning af mulige teorifelter ville være for omfattende i forhold til dette speciale.

Jeg vil tage udgangspunkt i kommunikation, og benytte alment kendte kommunikationsmodeller som en grundplan for det videre arbejde.

KOMMUNIKATION

Kommunikation er et meget stort felt, og jeg føler det derfor nødvendigt at pointere at jeg udvælger tre kommunikationsmodeller at arbejde med i det følgende.

For det første den nok mest kendte lineære model, nemlig Shannon og Weavers (1998, s. 7).

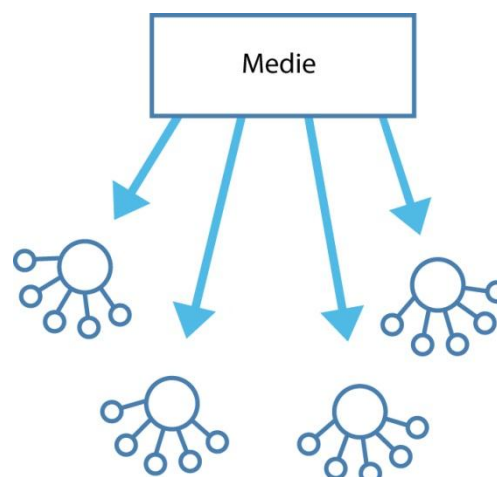


Denne model finder jeg nyttig, da den klart adskiller afsenderen fra mediet. På den måde er modellen rigtig brugbar for massekommunikation gennem et medie, snarere end kommunikation mellem to mennesker ansigt til ansigt.

Derudover er støjkilder inkluderet i modellen; noget som man altid bør have med i overvejelserne. For nye medier kan det være ting som fx glasskærme udendørs i stærkt solskin som kan gøre det næsten umuligt at se hvad der er på skærme. Det kan også være interpersonelle støjkilder, fx de mennesker man er på museum sammen med som kan fremme eller hindre kommunikationen.

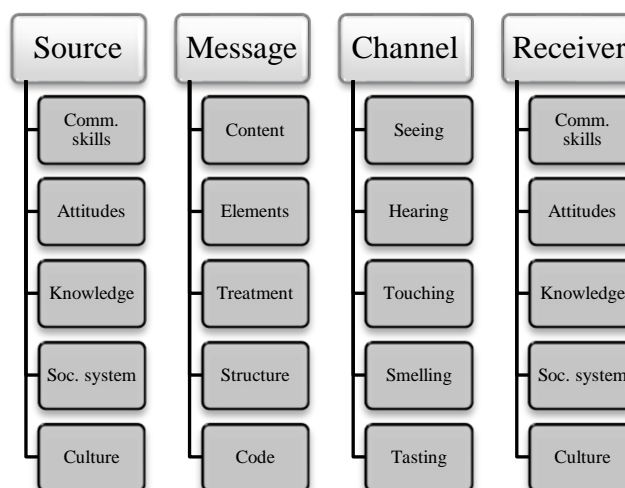
Two-step flow-modellen som Lazarsfeld, Berelson og Gaudet (1944, s. 151 ff.) først omtalte handler ikke om budskabet. Den tager derimod udgangspunkt i hvad der sker når budskabet er modtaget af mennesker. Det der her er interessant at holde fast i er at et budskab ikke stopper når det er modtaget. Modtageren spreder det derimod videre til venner og bekendte.

Det kan diskuteres hvor relevante og troværdige disse 'opinionsdannere' som viderefremmer information er, men jeg



finder tanken interessant og værd at huske på i forbindelse med design.

Endelig vil jeg arbejde med David Berlos (1960, s. 72) kommunikationsmodel herunder:



Jeg har valgt denne sidste kommunikationsmodel fordi den eksplicit inkluderer sanserne i de kanaler som man kan modtage informationer gennem. Dette mener jeg er en særdeles vigtig pointe i forbindelse med oplevelsesdesign, hvor sanserne spiller en stor rolle for hvordan man oplever. De kan ses som værende en mere direkte vej til følelserne, noget som jeg vil komme mere ind på senere.

Derudover er modellen forholdsvis klassisk i de enkelte komponenter. Afsender (source) og modtager (receiver) har de samme elementer; deres evne til at kommunikere (communication skills), deres holdninger (attitudes) og viden (knowledge). Det sociale system (social system) de er en del af, og den kultur (culture) de kommer fra. Alle disse elementer påvirker afsender og modtager, og må derfor også påvirke den måde man kommunikerer på. Kan modtageren fx ikke læse latin (manglende viden) kan afsenderen forfatte en fuldkommen korrekt latinsk tekst, men den vil ikke blive forstået. Hvis modtageren lever i et feudalt system er det usandsynligt at en afsender som lever i et demokrati vil være i stand til at formidle hvordan det er at leve i et demokrati uden at tage højde for modtagerens livssituation.

Hvad angår budskabet (message) kan indholdet (content) siges at være det grundlæggende budskab som afsenderen vil formidle til modtageren. Det kan være en tanke, en idé, viden eller andet. Elementer (elements) kan beskrives som de del-elementer budskabet er sat sammen af, mens struktur (structure) er den relation som elementerne er placeret i i forhold til hinanden for at danne mening. Tager vi skriftsproget som eksempel, så kan elementerne i et ord være bogstaverne, og strukturen er bogstavernes rækkefølge. I et kort ord som 'sur' er elementerne bogstaverne S, U og R, mens strukturen er rækkefølgen som sætter dem sammen til ordet 'sur'. Med en anden struktur får man ordet 'rus' som har en helt anden mening.

Berlo definerer kode (code) som en hvilken som helst gruppe af symboler der kan struktureres på en måde som giver mening til mindst en person. Dette kræver at der er forskellige elementer som kan kombineres ifølge en bestemt procedure – det han definerer som syntaks. Musik kan fx betegnes som en kode idet der er elementer (noder) som kan kombineres. Alt efter syntaks kan disse noder blive til rock, jazz eller klassisk; noderne er de samme, det er sammensætningen af dem der er forskellig.

Endelig inkluderer budskabet også et element der hedder behandling (treatment), som kan forstås som den metode afsenderen bruger til at kombinere de øvrige elementer af budskabet til en helhed.

Med disse grundlæggende kommunikationsteorier præciseret vil jeg nu se på andre relevante teori-felter, fordelt på de tre primære elementer i kommunikation; nemlig afsender, medie og metode og modtager.

AFSENDER

Af de elementer som er vigtige at få på plads fra afsenderens bord er hvorfor man kommunikerer, hvilket jeg vil behandle i afsnittet om formidling. Dernæst er etos i McCroskeys forståelse vigtig i forhold til at forstå hvordan afsenderen påvirkes af og kan påvirke den etos som modtagerne har i forhold til afsenderen. Og endelig er spørgsmålet om autenticitet vigtigt at arbejde bevidst med for museer for at opnå og bibeholde troværdighed.

FORMIDLING

Museumsbogen (Strandgaard, 2010) er ikke et videnskabeligt værk, men derimod en personligt funderet bog om museumsverdenen i bred forstand. Jeg vælger at tage udgangspunkt i den, fordi forfatteren har nogle dybt interessante og usædvanlige vinkler på formidling.

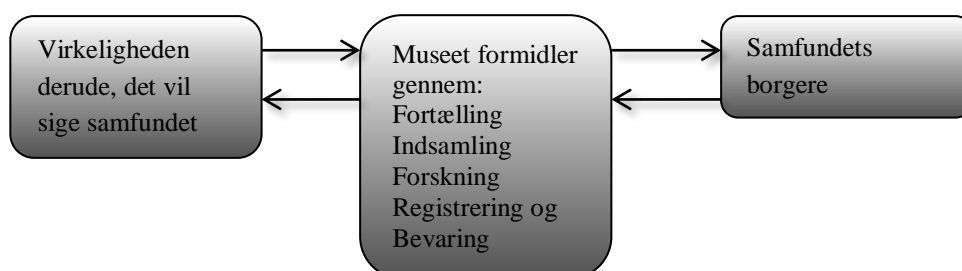
Den første model han introducerer, er en basal model som ikke siger særlig meget om hvordan man formidler, men derimod er klar på hvad man formidler og til hvem (ibid. s. 212).



At museet skal formidle den indsamlede viden og de forskningsresultater de opnår i deres forskningsforpligtigelse er indskrevet i Museumsloven (LBK nr. 1505, 2006).

Mange museer har en egentlig formidler som er adskilt fra forskningen; enten som en separat person eller som en særskilt funktion. Samtidig må man også erindre at museernes viden og forskning foregår i 'virkeligheden derude', som lægmanden samtidig interagerer med, hvilket gør den simple model noget mere kompliceret.

Den ovenstående model er en simplificeret, idealiseret version af virkeligheden, som alle modeller må være. En anden model kunne være den følgende, som også findes i Museumsbogen (Strandgaard, 2010 s. 214):



Her finder jeg det interessant at forfatteren påpeger at det i realiteten er virkeligheden som museet skal formidle til samfundets borgere. Denne synsvinkel lægger sig ret tæt op ad den formidlingstanke jeg selv arbejder ud fra. Museet adskiller i denne model sig selv fra virkeligheden, hvilket logisk set er umuligt, men jeg mener denne adskillelse er en nødvendig konstruktion for at kunne behandle denne forståelse af formidling meningsfuldt.

Jeg finder det også interessant at forfatteren nævner det moderne museums funktion som identitetsskabende aktivitet (ibid s. 69). Denne identitetsskabende funktion er også indlejret i mange overvejelser omkring oplevelsesdesign og oplevelsers funktioner.

Skott-Hansen (2010, s. 83) opsummerer de muligheder og faldgruber der findes når museer prøver at integrere oplevelsesdesign. Hun refererer tre muligheder:

- *Oplevelse som indhold*
- *Oplevelse som iscenesættelse – for at skabe rammer*
- *Oplevelse som strategisk værktøj – for at ”sælge”*

Oplevelse som indhold åbner mulighed for et samspil mellem oplysning og oplevelse som understøttes gennem professionel formidling.

Oplevelse som iscenesættelse handler om at iscenesætte museet og museets fortælling på en måde som ligner den tankegang omkring 'business as theatre' som Pine og Gilmore (1999) plæderer for i The Experience Economy. Her bliver det dog også præciseret at denne iscenesættelse skal ske under behørig hensyntagen til de lovmæssige begrænsninger og at det skal gøres autentisk og forskningsbaseret.

Oplevelse som strategisk værktøj er ren oplevelsesøkonomi. Her handler det om at stå stærkere i konkurrencen.

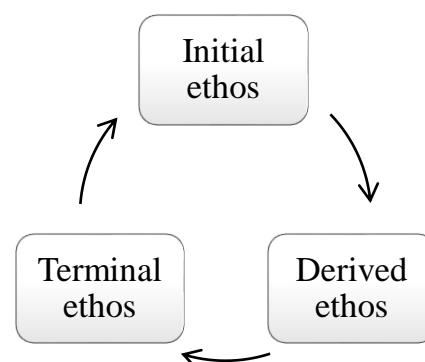
Personligt ser jeg ikke tredelingen som separate og adskillelige koncepter, men snarere som synsvinkler som kan hjælpe til at bruge og arbejde med oplevelser i en sammenhæng hvor man ikke er vant til at arbejde med brugeroplevelser på dette niveau. Samtidig ser jeg det som et værktøj som kræver afbalancering de enkelte vinkler imellem.

ETOS

Aristoteles' retoriske appelformer burde være velkendte. Logos, som taler til fornuften; patos, som taler til følelserne, og etos, som handler om den troværdighed afsenderen omfattes af.

McCroskey (2006, s. 82ff.) fokuserer på etos-begrebet og giver det en moderne behandling baseret på psykologi og forskning. Etos adskiller sig, ifølge McCroskey, fra de andre appelformer da den udelukkende omhandler modtagerens opfattelse af afsenderen.

Etos kan inddeles i tre dele og kan repræsenteres på følgende vis:



Indledende etos (initial ethos) er den etos som afsenderen har før kommunikationen begynder. Afledt etos (derived ethos) er den etos som afsenderen opnår i løbet af kommunikationen, altså en etos som blandt andet påvirkes af omstændighederne omkring kommunikationen, indholdet og måden der kommunikeres på. Afsluttende etos (terminal ethos) er den etos som afsenderen har ved afslutningen af kommunikationsprocessen. Den er et resultat af samspillet mellem indledende og afledt etos. Afsluttende etos overgår derefter og bliver til den indledende etos til næste gang der kommunikeres.

Det er vigtigt at påpege at selv om man taler om 'afsenderens etos', så eksisterer etos udelukkende hos modtageren.

Vigtigt for at forstå og arbejde med etos er at forstå de forskellige elementer der indgår i afsenderens troværdighed. McCroskey refererer til mange forskellige undersøgelser og opsummerer de tre vigtigste faktorer som er gennemgående for dem alle.

Det første element er hvor kompetent afsenderen fremstår overfor modtageren. Tror modtageren på at afsenderen ved noget om emnet?

Det andet element er afsenderens karakter. Tror modtageren på at afsenderen generelt opfører sig ordentligt i forhold til modtagerens egen moral og etik?

Det tredje element er hvordan afsenderen forholder sig til modtageren. Tror modtageren på at afsenderen kærer sig om modtagerens ve og vel?

Endelig skal det nævnes at McCroskey ser to primære formål med at kommunikere. Det kan være koncept-centreret kommunikation der hovedsagelig forsøger at ændre modtagerens holdning til, eller forståelse af, et givet koncept. Læring vil som regel være koncept-centreret kommunikation. Alternativet er troværdigheds-centreret kommunikation, som går ud på at ændre modtagerens holdning til afsenderen. Hovedparten af politisk kommunikation op til et valg vil typisk være troværdigheds-centreret kommunikation.

For læring er det vitalt at den indledende etos er god, og at afsenderens troværdighed er høj. Jo mere man stoler og tror på afsenderen, jo mere åben er man overfor nye input, og jo lettere accepterer og assimilerer man nye informationer.

Når man arbejder med McCroskeys version af etos kan det være uhyre svært at adskille etos endegyldigt fra autenticitet da begge baserer sig på mange af de samme elementer og begge ultimativt ligger i hænderne på modtageren.

AUTENTICITET

Autenticitet er et kompliceret koncept, som Wang (1999, s. 352) inddeler i de følgende, tre separate dele:

| Objekt-relateret | Aktivitets-relateret |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objektiv autenticitet henviser til originalens autenticitet. | Eksistentiel autenticitet handler om at være sig selv, og om potentielt at være en anden version af sig selv i verden, som aktiveres gennem turist-aktiviteter. |
| Konstruktivistisk autenticitet handler om den autenticitet som projekteres på objekterne af turister eller andre, afhængigt af deres forestillinger, forventninger, præferencer osv. | |

Wangs artikel handler om autenticitet i turistmæssig sammenhæng, men den inddeling hun benytter er relevant i andre sammenhænge – ikke mindst i museal sammenhæng.

Objektiv autenticitet er den de fleste museer er bekendt med. Det er den autenticitet jeg umiddelbart vil forbinde med 'ægtthed' og 'sandhed'. Det er ravbjørnen som vitterligt er 6.000 år gammel.

Konstruktivistisk autenticitet henviser til at noget opfattes som autentisk uden at det nødvendigvis er det. Musikken til Mulan, for eksempel, som for et vestligt publikum oplevedes som meget autentisk kinesisk, men i virkeligheden havde meget lidt at gøre med oprindelig kinesisk musik. Konstruktiv autenticitet er et begreb som museer kan have svært ved at forlige sig med, da det går imod den sandhedsværdi de skal opretholde. Man skal kunne stole på museer, hvilket da også er en del af grunden til at historien om den falske ravbjørn (Schnohr, 2011) er en dybt pinlig affære for Nationalmuseet.

Endelig er der den eksistentielle autenticitet som handler om hvordan turisten (eller den besøgende) opfatter sig selv i løbet af besøget. Denne form for autenticitet kan være fuldkommen uafhængig af om objekterne er autentiske eller ej; her er det vigtigste hvordan turisten føler. Føler de sig hensat til en anden tid, en anden måde at være på? Eller føler de sig frie til at være mere 'sig selv' end de normalt ville være?

Allan Moore (2002) giver et komplementært billede på autenticitet. Som Wang pointerer han at autenticitet er et spørgsmål om fortolkning; at opfattelsen af autenticitet i sidste ende udelukkende ligger hos modtageren.

Han inddeler autenticitet i tre. First person authenticity eller 'udtrykkets autenticitet' opstår, når afsenderen (i hans, musiske optik, kan dette være komponist eller performer) succesfuldt giver indtryk af at hans fremstilling er et forsøg på at kommunikere umedieret og med integritet.

Denne form for autenticitet mener jeg i museumsverdenen kan være den autentiske genstand.

Third person authenticity eller 'udførelsens autenticitet' opstår ifølge Moore når en afsender succesfuldt giver indtryk af at hans fremstilling er en præcis repræsentation af en andens ideer.

I et museum ville jeg sige at denne tredje persons autenticitet opstår i kontakten med en arkæolog eller historiker; en autoritetsperson som på overbevisende måde formidler historien.

Endelig arbejder Moore også med det han kalder second person authenticity eller oplevelsens autenticitet, hvor oplevelsen giver tilhørerne en følelse af at deres livsopfattelse bliver valideret.

I museumssammenhæng mener jeg denne form for autenticitet kan findes i en bekræftelse af at den viden man har om fortiden er rigtig, men den kan også findes i oplevelsen af at have ældre familiemedlemmer med på museet som kan forbinde de genstande man ser til det liv de levede dengang.

Jeg mener ikke disse to anskuelser om autenticitet i høj grad adskiller sig fra hinanden; udtrykkets autenticitet fra Moore nærmer sig objektiv autenticitet fra Wang. Udførelsens autenticitet ligger tæt på Wangs begreb konstruktivistisk autenticitet, og Wangs eksistentielle autoritet lyder meget som Moores second person authenticity.

MEDIE OG METODE

MEDIE

Antallet af medier og medie-teknologier har aldrig været større. Derfor er overvejelser om mediernes funktion og påvirkning vitale i forhold til formidling og oplevelsesdesign.

Tager man udgangspunkt i McLuhan (1967, s21ff), så er hans påstand at mediet er budskabet. Hans pointe er at mediets natur, uanset indhold, har en transformerende effekt på mennesker, kulturer og civilisationer. De eksempler han bruger er, sådan som jeg ser dem af overvældende negativ karakter.

Det jeg tager med fra McLuhans tanker er tanken om at mediet påvirker budskabet og modtageren. McLuhan påpeger at indholdet i en film er en bog. Indholdet i en bog er tale. Indholdet i tale er den non-verbale tanke. For McLuhan er denne progression af medier ikke vigtig som andet end en beskrivelse af hvorledes det grundlæggende indhold er uafhængigt af mediet. Tager man derimod udgangspunkt i kommunikation, så bliver denne progression straks mere interessant i hvorledes modtageren afkoder indholdet, og hvorledes mediet påvirker modtageren.

I den forbindelse kan det være nyttigt at se på de modaliteter som medierne benytter. Klaus Bruhn Jensen (2008, s. 23), kommer blandt andet ind på modalitet og multi-modalitet. Modalitet handler om hvilke sanser man involverer på hvilken måde, mens multi-modalitet handler om at kombinere flere modaliteter i en kommunikation. Jeg mener man med rette kan stille spørgsmålstejn ved hvor mange medier der kun involverer én modalitet.

Oplevelsen af en bog vil fx, ud over den visuelle tekst, også afhænge af bogens indbinding, tyngde, tykkelse og lugt, og altså involvere flere modaliteter i den samlede bedømmelse.

Ud over modaliteter og mediet som budskab mener jeg det kan være nyttigt at kigge på typen af medie.

Bruhn Jensen (ibid, s. 20ff) inddeler medier i 3 grader.

Medier af 1. grad er de medier som umiddelbart baserer sig på menneskekroppen. Hermed menes der fx tale, dans, sang o.s.v. Disse medier er unikke, retter sig mod modtagere der fysisk er til stede og inkluderer en vis grad af feedback.

Medier af 2. grad er de gammelkendte massemedier. Det drejer sig om fx CD'ere, film, TV, aviser o.s.v. Særegent for denne medietype er at den kan reproduceres og modtages af mange på én gang. Feedback er ikke en naturlig del af kommunikation gennem medier af 2. grad.

Medier af 3. grad definerer de som digitale medier. Det er medier som er mere organiske i deres formidling, og hvor feedback er mulig og kan være næsten lige så umiddelbar som i medier af 1. grad. Bl.a. fremhæves computeren som et meta-medie, altså som et medie der kan indeholde mange andre typer af medier. I denne sammenhæng må vel også smartphones og tablets falde ind under betegnelsen meta-medie.

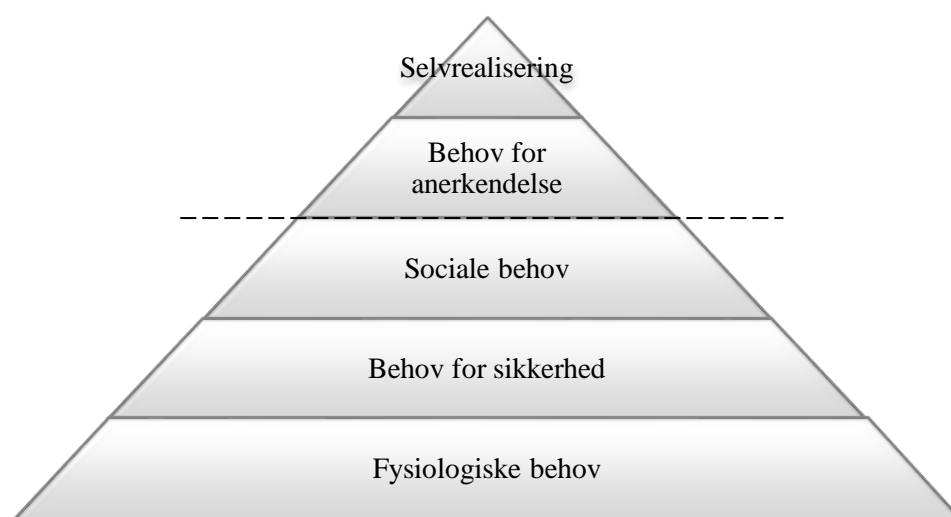
Går man ud fra at involvering og en mulighed for at stille umiddelbare spørgsmål er en kritisk komponent i læring bliver det tydeligt at det bedste medie til formidling er medier af 1. grad, fulgt af medier af 3. grad og med medier af 2. grad på sidstepladsen.

MOTIVATION

Når man gerne vil have mennesker til at være aktive, så må man overveje motivation, i den forstand at man må forstå hvordan mennesker motiveres og motiverer sig selv. Motivation er et omfangsrigt felt, så jeg vil her udvælge nogle få teorier og forståelser af motivation som jeg vil arbejde videre med.

De første teoretikere og forskere på området mente at mennesket er drevet af få og relativt enkle behov, som baserer sig på fysiologiske faktorer. Det gælder fx Hull (Deci og Ryan, 1985, s. 12), som mente at sult, tørst, sex og det at undgå smerte var de fire primære behov som driver mennesket til al aktivitet. Det turde dog være indlysende at mennesket gør ting som ikke er drevet af ét af de fire primære behov som Hull udlagde dem; hvordan forklarer man fx trangen til at udforske det ukendte?

Maslows (1943) behovspyramide er en langt mere brugt og almindeligt kendt model:



De tre nederste behov opstår når en organisme mangler noget. For at starte fra bunden, så er de fysiologiske behov de mest grundlæggende; det der absolut skal til for at overleve. Det er mad, vand, varme, ilt osv. Sulter en organisme, så er behovet for at finde mad altoverskyggende.

Behov for sikkerhed opstår når de fysiologiske behov er på plads. Det er behovet for at føle tryghed, for at have en stabilitet i hverdagen, for ikke at have ondt og ikke være angst.

Når behovet for sikkerhed er opfyldt kan man fokusere på de sociale behov. Behovet for at have mennesker omkring sig, for at have venner og familie. Mens sex falder ind under de fysiologiske behov som forplantnings-mekanisme, så hører sex som emotionelt bindemiddel hjemme under de sociale behov.

De to øverste niveauer ser man ofte betegnet som vækstbehov. For at arbejde med vækstbehov, så er mangelbehovene nødt til at være opfyldt. Det er fx begrænset hvor meget en skoleelev er motiveret for at lære nyt, hvis han er sulten.

Det nederste vækstbehov er behovet for anerkendelse. Det handler om at andre, og en selv, kan se at man er god til noget; og at andre påskønner det man gør.

Toppen af pyramiden er behovet for selvrealisering. Selvrealisering handler om at arbejde hen imod og opnå de mål man sætter for sig selv. Selvrealisering kræver at de øvrige behov som er repræsenteret i pyramiden skal være opfyldt.

Når man arbejder med læring, så er det vigtigt at gøre sig klart at man arbejder i de to øverste niveauer i behovspyramiden, og at man derfor må bestræbe sig på at sørge for at fjerne så mange risici som muligt fra de nederste niveauer. For seværdigheder som er så store at det må forventes at de besøgende bruger mere end et par timer forventer vi fx at der forefindes toiletter og spisesteder, at fx rutsjebanerne er sikre at benytte og at man ikke bliver overfaldet af en tilfældig tyv.

Dog må det også nævnes at behovshierarkiet ikke er så lineært som her fremstillet, således at mangelbehovene ikke behøver være fuldkommen opfyldte før individet kan føle et behov for vækst.

Fiske og Maddis (Deci og Ryan, 1985, s. 21) teori om optimal arousal bringer minder om Jantzens (2007, s. 158) stimulationskurve. Fiske og Maddi teoretiserer at en organisme har et optimalt (eller karakteristisk) ophidselsesniveau, som varierer i løbet af dagen og natten. Organismen vil forsøge at opretholde dette optimale niveau; fx ved at fjerne sig fra stressfulde omgivelser, eller ved at finde mere interessante ting at foretage sig i kedelige omgivelser. I øvrigt to teorier som også finder deres genklang i Czikszenmihalyis Flow-teori, som jeg har behandlet nærmere i afsnittet om Edutainment.

Endelig er det også interessant at nævne Deci og Ryans arbejde med selvbestemmelse som motivation. De peger på to centrale områder i forbindelse med at arbejde med motivation.

Selvbestemmelse (autonomy) (Deci og Ryan, 1985, s. 154) handler om valgfrihed. De præciserer dog at det ikke er valgfrihed i traditionel, kognitiv forstand. At føle at man er nødt til at vælge én ting frem for en anden er ikke et reelt motiverende valg. Et valg skal være reelt, det vil sige at man er i stand til at overveje alternativet. I det hele taget handler selvbestemmelse primært om den følelse man har når man træffer et valg, mere end det handler om hvorvidt valget er bevidst eller ubevidst. Hvis det man vælger medfører en følelse af ubehag, eller hvis alternativet er så angstprovokerende at man ikke er i stand til at overveje det seriøst kan valget, ifølge Deci og Ryan, ikke betragtes som værende et reelt autonomt valg.

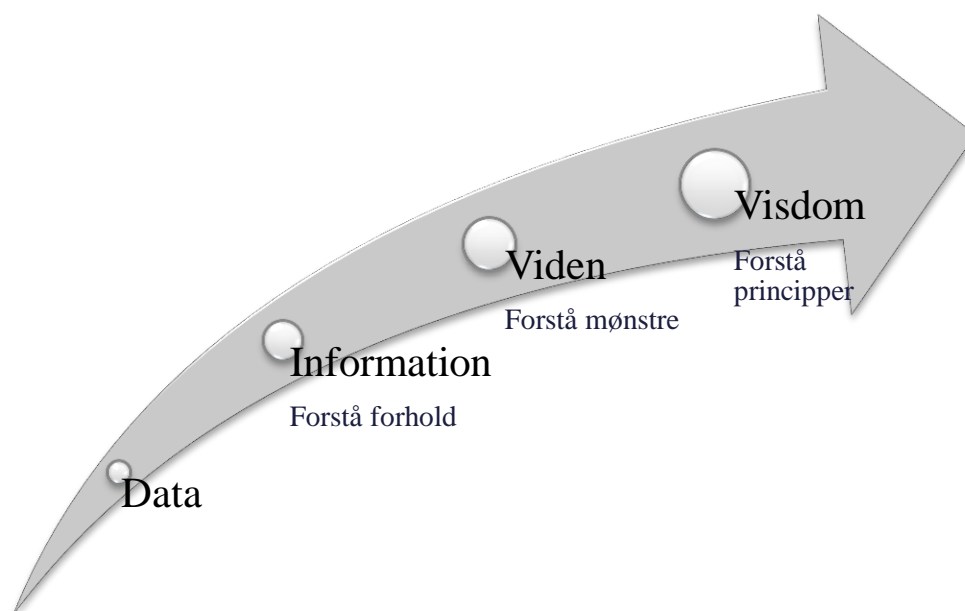
Behovet for kompetence betyder blandt andet at man vil opsøge aktiviteter som er optimalt udfordrende i forhold til det niveau man selv opererer på (ibid., s. 58). Herfra er der endnu et tydeligt link til Czikszenmihalyis Flow-teori som jo netop placerer flow indenfor en snæver, men individuel ramme mellem at være for udfordret hhv. understimuleret i forhold til ens evner. For at man kan bedømme sin egen kompetence må der enten være feedback indbygget i den opgave man løser, fx et puslespil, hvor det er tydeligt hvornår man har løst opgaven korrekt, eller der må gives ekstern feedback på hvor godt opgaven er løst. Dette behov for feedback genfinder man i fx operant betingning som i høj grad bruges af spildesignere. Dette vil jeg komme nærmere ind på i afsnittet om læring senere.

DATA, INFORMATION, VIDEN, VISDOM

I virkeligheden er overskriften misvisende, da Ackoff (1989) benytter fem videnskategorier til at klassificere indholdet i et menneskes hjerne:

- Data: rå symboler som ikke indeholder mening i sig selv.
- Information: data som har fået mening gennem relationer. Giver svarene på faktuelle spørgsmål som, 'hvem', 'hvad', 'hvor' og 'hvornår'.
- Viden: den rette information på det rette sted. Viden, i denne forstand, er en akkumulering af informationer. Viden giver svaret på 'hvordan'.
- Forståelse: processen hvormed vi er i stand til at tage allerede kendt viden og syntetisere ny viden derudfra. Viden kan opnås ved hjælp af udenadslære, mens forståelse må opnås via læring. Giver svaret på spørgsmålet 'hvorfor'.
- Visdom: Visdom er det højeste niveau. Det er moral og etik, og forståelse af helt nye koncepter. Det er filosofi og evnen til at kende godt fra ondt. Visdom stiller spørgsmål som ikke har nogen lette svar, og spørgsmål som ikke har nogen svar overhovedet.

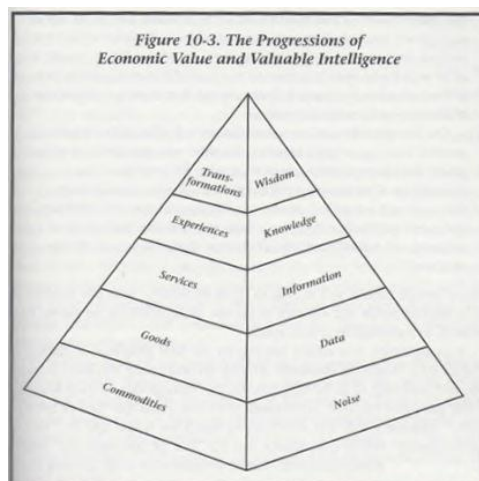
Bellinger, Castro og Mills (2004) simplificerer denne forståelse til de fire elementer i overskriften. Forståelse, ifølge dem, ligger under de øvrige fire niveauer, og de får dermed følgende model:



Her er det vigtigt at forstå at for hvert trin op ad pilen bliver forbindelserne flere og forståelsen større.

Pine og Gilmore (1999, s. 189) benytter sig af en vidensforståelse som meget ligner den ovenfor nævnte. Det drejer sig om sammenhængen mellem progressionen af økonomisk værdi og videns progression (ibid. s. 189).

De tager Bellinger, Castro og Mills fire videnskategorier og tilføjer en femte, nemlig 'støj'.



Råvarer ligestiller de med 'støj', defineret som uorganiserede observationer. Denne støj kan filtreres og systematiseres til data, her sammenlignet med 'varer'. Information definerer de som data formidlet eller videregivet til andre – altså en service.

For at denne information skal blive til viden skal den opleves; den skal internaliseres gennem erfaringer.

Oplevelser og erfaringer er grundlaget for visdom, og visdom er både nødvendig for, og et produkt af, transformation. Ikke alene er denne progression interessant i

sammenhængen mellem varer og serviceydelser og viden; den er også et eksempel på at jo længere man fjerner sig fra den fysiske vare, jo sværere bliver det at adskille de to sider af pyramiden.

Personligt synes jeg at begrebet 'støj' komplementerer de fire videnskategorier, da input næsten per definition skal behandles før det kan blive til data. På den måde giver Pine og Gilmores sammenligning mellem progressionen af varer og viden mening, og bliver brugbar.

Med dette in mente er det på tide at se nærmere på modtageren, som næste kapitel handler om.

MODTAGER

OPLEVELSENS PSYKOLOGI

OPLEVELSESØKONOMI

Det er så godt som umuligt at tale om oplevelser uden at nævne fadderne til moderne oplevelsesøkonomi, nemlig Pine og Gilmore (1999). I denne forbindelse vil jeg dog plukke fra deres teorier, da de netop fokuserer på oplevelser i økonomisk og markedsføringsmæssig forstand.

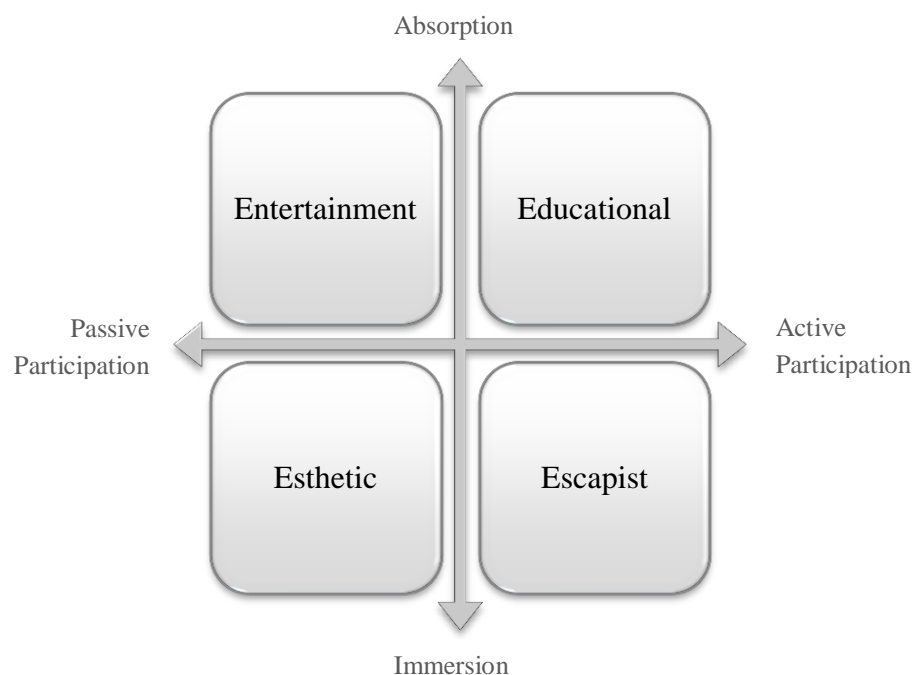
Pine og Gilmore bruger ikke megen spalteplads på at definere oplevelse. To grundlæggende definitioner går dog igennem:

Experiences are events that engage individuals in a personal way. (ibid. s. 12)

Companies stage an experience when they engage customers in a memorable way (ibid. s. 4)

En oplevelse er altså en hændelse som engagerer personer på en personlig og mindeværdig måde. Her er det vigtigt at være opmærksom på at de taler om at engagere personer; ikke om at underholde dem.

Dette bliver endog tydeligere når man ser på deres oplevelses-kategorier (ibid. s. 30):

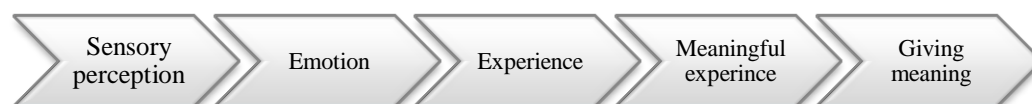


Her er underholdning (entertainment) en kategori for sig selv, defineret som passiv optagethed. Det særlig interessante i denne sammenhæng er dog uddannelses-kategorien (educational) som defineres ved aktiv deltagelse samtidig med at man optages mentalt af oplevelsen. Et læringspotential er altså defineret gennem aktiv deltagelse.

Jeg vil dog sige at jeg ikke er fuldkommen enig i at læring kun kan foregå så længe man kun optages mentalt. Således ville man for eksempel afskære flyvesimulatorer, da man der opluges af et fysisk univers, og dermed ender i den kategori som Pine og Gilmore definerer som eskapistisk (escapist).

DEN MENINGSFULDE OPLEVELSE

Thijssen, Peelen og Bink (2006, s. 20) har en meget interessant vinkel på oplevelse. De ser oplevelse som en proces som udspringer af stimulering af sanserne til den meningsfulde oplevelse, som illustreret i den følgende illustration:



Forfatterne mener at sanseindtryk kan inddeles i 'højere sanser' (syns- og høre-sansen) og 'lavere sanser' (lugte-, smags- og følesansen). Mens det er tydeligt at det er lettere at designe til disse såkaldt 'højere sanser' må man stille spørgsmålet om de 'lavere sanser' er mindre vigtige i forhold til den emotionelle påvirkning de kan udøve. Jeg mener det ville være en oversimplificering. Duften kan have en ekstrem indflydelse, som jeg selv oplevede med duften af cigarrøg. Straks blev jeg opfyldt af en stærk følelse af trykthed og velbehag. Ved nærmere efterforskning fandt jeg at cigaren var af samme mærke som min farmor var holdt op med at ryge da jeg var to år gammel.

Som denne lille anekdote illustrerer, så igangsætter sanseindtryk følelser. Disse følelser kan sætte sig som en oplevelse.

Forfatterne definerer en oplevelse som:

An immediate, relatively isolated occurrence with a complex of emotions that make an impression and represent a certain value for the individual within the context of a specific situation. (Ibid, s. 22)

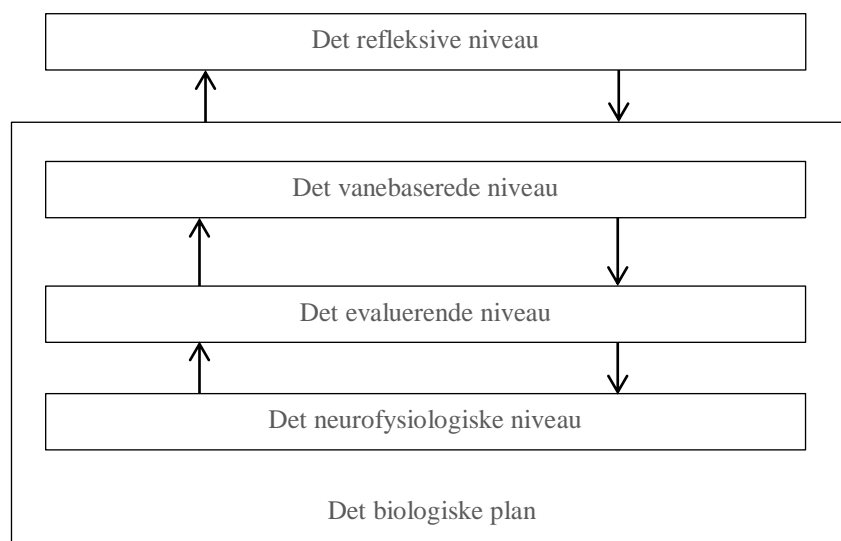
Denne definition finder jeg mere nyttig end fx Lund et al. (2005) som taler om den erindringsbærende begivenhed, hvor kravet til en oplevelse er at den skal genfortælles. Der er ingen tvivl om at oplevelser ganske ofte vil blive genfortalt, men at definere en oplevelse udelukkende som noget der bliver genfortalt mener jeg er at begrænse definitionen unødigt.

Hvor en oplevelse derfor kan være relativt automatisk, så kræver en meningsfuld oplevelse en indsats fra den der oplever. Det kræver et minimum af refleksion over oplevelsens komponenter og indflydelse på individet. En meningsfuld oplevelse kan på den måde give individet et revideret billede af omverdenen og/eller sig selv.

Jeg vælger at se bort fra det sidste punkt i denne sammenhæng, da det omhandler de motivationer individet kan have for at søge meningsfulde oplevelser. Motivationer har jeg allerede behandlet tidligere.

OPLEVELSENS STRUKTUR

Jantzen og Vetner (UÅ, s. 213) anlægger en anderledes grundlæggende biologisk og psykologisk vinkel på oplevelsen, og repræsenterer oplevelsens struktur i den følgende illustration:



Modellen tager sit udgangspunkt i forfatternes tredelte forståelse af betydningen af 'experience'. For det første er de sanselige indtryk som opnås gennem direkte involvering i verden omkring os. Disse sanselige indtryk betegnes i modellen som det neurofysiologiske niveau. For det andet de evalueringer som foretages på baggrund af de sanselige indtryk. I modellen betegnes dette som det evaluerende niveau. For det tredje, de vaner og rutiner som dannes i forbindelse med de ting vi oplever. Dette benævnes det vanebaserede niveau.

Det neurofysiologiske niveau er udelukkende sansning. Først på det evaluerende niveau bedømmes det sansede for om det er godt eller skidt. På det vanebaserede niveau reagerer den oplevende på de indkomne stimuli ved at tilføje nye eller tilpasse allerede eksisterende vaner og reaktionsmønstre. Det svarer til Piagets tanker om assimilation og akkomodation.

Det skal pointeres at alt hvad der sker på det biologiske plan *kan* foregå uden bevidsthedens indblanding, men at det ikke nødvendigvis er fuldkommen ubevidst.

Endelig kan der, på det refleksive niveau, ske en bevidst behandling af oplevelsens stimuli som påvirker individets identitet og selvforståelse. Her går bevidstheden ind og behandler de indkomne stimuli i forhold til minder (allerede erfarede og behandlede stimuli) og i forhold til den selvforståelse og selvscenesættelse individet ønsker at bibeholde eller igangsætte.

Med disse vidt forskellige forståelser af oplevelsens natur og betydning in mente vil jeg nu vende mig imod læring for at prøve at forstå hvordan mennesket lærer.

LÆRING

LÆRING OG UNDERVISNING

Qvortrup (2004, s. 23) refererer til det 'klassiske, såkaldt pædagogiske paradoks', som handler om det selvmodsigende i at undervisning, som ekstern målrettet påvirkning af individet, skal føre til læring forstået som selvdannende aktivitet.

Dette er et interessant paradoks, som er relevant for dette speciale i og med at det handler om læring uden undervisning i klassisk, skolemæssig forstand.

Qvortrup refererer blandt andet til Niklas Luhmann som adskiller de to handlinger. Han ser undervisning som kommunikation, mens læring er en aktivitet i bevidstheden. Nogen direkte sammenkobling mellem disse to aktiviteter er derfor umulig, og undervisning bliver dermed et forsøg på at influere den internaliserede læring hos modtageren.

At bruge dette sindbillede på undervisning og læring er nyttigt i denne sammenhæng, da formidling er kommunikation, og derfor kan ses som undervisning uden at have behov for hverken klasseværelse eller underviser, men blot en kommunikationskanal og en afsender.

LÆRINGSTEORIER

ILLERIS, LÆRINGENS TRE POLER

Illeris tegner et billede af læring som en interaktion mellem indhold, drivkraft og det sociale, både forstået som samfundet og som det sociale element individer imellem (Illeris, 2006, s. 109):

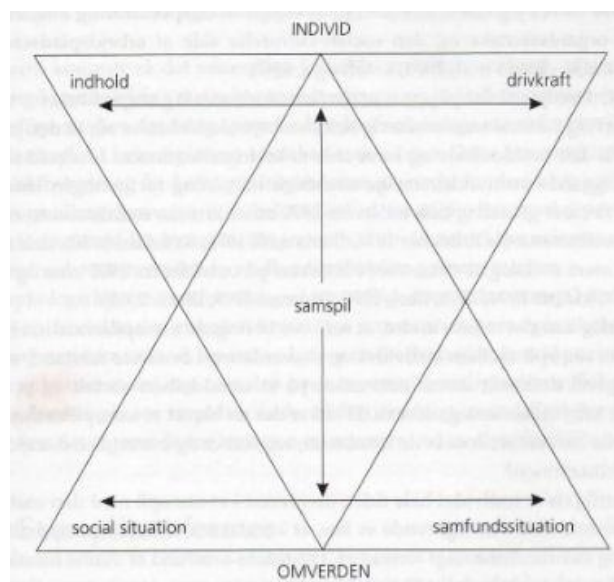
Indhold dækker både over det faktiske indhold som skal formidles (viden, færdigheder eller holdninger), men også over det vi typisk forstår ved læring; altså den måde hvorpå der formidles. Illeris griber, for at forklare læring, hovedsagelig fat i Piaget, som med hans assimilations- og akkomodations-begreber (ibid. s. 48 ff.).

Grundlæggende benytter Piaget det kognitive begreb 'skemaer'

til at dække over erindringer, viden, forståelser osv. Udviklingen af disse skemaer kan foregå på en af to grundlæggende måder. For det første kan man assimilere ny information; dette tilføjer noget til et allerede eksisterende skema, men ændrer det ikke grundlæggende. Alternativet er at man kan akkomodere ny information, i dette tilfælde er den nye information så ulig den man allerede har lagret i skemaer at det er nødvendigt at bryde et eller flere eksisterende skemaer op for så at sige at gøre plads til den nye information. Akkomodering af nye informationer kan være både angst-provokerende og svært, og langt størsteparten af læring foregår assimilerende, altså byggende ovenpå viden vi i forvejen er i besiddelse af.

Under begrebet 'drivkraft' henviser Illeris til blandt andre Freud og Goleman for at forklare følelsernes indvirkning på læring. Følelser som den motivation som driver mennesker til at lære nye ting. Snarere end Illeris' udvalgte teoretikere benytter jeg blandt andet Skinners teorier om behaviorisme som jeg behandler længere nede.

Forbindelsen mellem indhold og drivkraft betegner Illeris som 'tilegnelse'; den udveksling og balance som tillader at individet lærer. Den lodrette pil som forbinder individet med omverdenen benævnes 'samspil'. Interessant er det at Illeris tredeler samspillet i perception (hvor individet sanser omverdenen), formidling (hvor nogen udefra forsøger at påvirke individet) og endelig oplevelse, som kan dække over både perception og formidling, men som Illeris mener dækker over at individet er aktivt involveret.



ENGSTRÖM, LÄRINGSNIVEAUER

Engeström baserer sine læringsniveauer på Batesons klassiske fem niveauer. Andersen og Dalgaard (2004, s. 85) opsummerer Engeströms læringsniveauer i dette skema:

| Niveau 0-1 | Niveau 2a | Niveau 2b | Niveau 3 |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Ubevidst læring | | Bevidst læring | |
| Ingen refleksion | Blind efterforskning blandt det man kender. Reproduktiv læring. Empiri | Eksperimentering og refleksion. Produktiv læring. Teori | Refleksion over refleksion. Ændre konteksten, så den passer til situationen |

Som det ses ser de bort fra Bateson's læring IV som også Bateson betegner som en tænkt læringsform. Til gengæld deler Engeström læring II op i to dele der til dels svarer til Piaget's assimilation og akkomodation.

SKINNER, OPERANT BETINGNING

Operant betingning er interessant, især fordi mange af punkterne benyttes af spildesignere, specielt i det der kaldes casual gaming, hvor det handler om at fastholde spilleren som lidt tilfældigt kommer forbi, så længe som muligt. (Andersen og Dalgaard, 2004, s. 88)

- Adfærd som forstærkes positivt forekommer oftere.

I spil-sammenhæng understøtter man ønskede handlinger ved at belønne spilleren.

- Adfærd som resulterer i fjernelsen af negative påvirkninger (negativ forstærkning) forekommer oftere

Et sjældnere forekommende spilelement. I ...but that was [yesterday] kan det ses som elementet der lærer spilleren at vende ryggen til den sorte væske for at få den til at forsvinde.

- Adfærd, som følges af straf forekommer sjældnere

Elementer som forårsager spillerens død og/eller tab af point vil hurtigt ændre spillerens reaktionsmønstre for at undgå at udløse denne straf.

- Adfærd som tidligere blev belønnet forekommer sjældnere, hvis belønningen forsvinder (ophævelse)

Hvis spilleren oplever at spillet pludselig ophører med at belønne spilleren for den tid hun bruger, så mister spilleren generelt lysten til at spille og spil-frekvensen falder.

- Adfærd som altid bliver belønnet forekommer oftere hurtigt, men falder hurtigt i hyppighed når belønningen er faldet.

Hvis spilleren er sikker på at få belønningen hver gang hun gør noget bestemt er det meget motiverende i begyndelsen, men motivationen falder over tid, fordi gentagelsen altid leverer det forventede resultat.

- Adfærd, som kun med mellemrum udløser belønning stiger langsommere i hyppighed, men er til gengæld længerevarende og til en vis grad modstandsdygtig overfor ophævelse af belønningen.

Mange spil udnytter samspillet mellem disse to sidste til at starte ud med at sørge for hurtig og konsistent belønning af spillerens indsats, for langsomt, over tid, at øge kravene til spilleren for at få den samme belønning.

Det nyttige ved operant betingning er at den giver en ramme for at arbejde med motivation på et meget grundlæggende niveau.

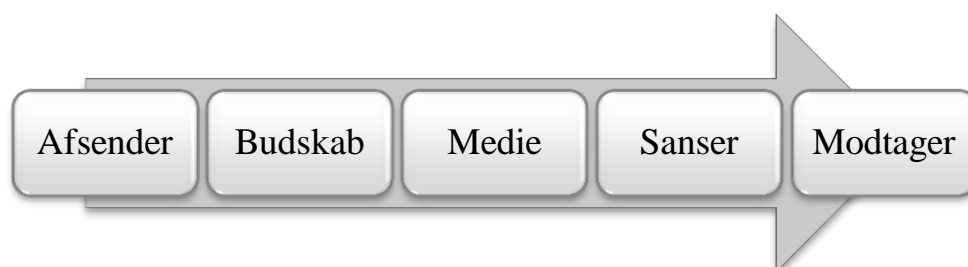
Med disse teorier på plads vil jeg nu arbejde med en måde hvorpå de kan kombineres og spille sammen til en samlet teori om didaktisk oplevelsesdesign.

DIDAKTISK OPLEVELSESDSIGN

MODEL

En samlet teori om didaktisk oplevelsesdesign vil blive meget omfattende, og jeg vil derfor arbejde med en model som udgangspunkt for min beskrivelse og diskussion. Modellen er, i sit udgangspunkt, en temmelig ordinær kommunikationsmodel baseret primært på Shannon og Weavers model som er omtalt i afsnittet om kommunikation. Den er, som Shannon og Weavers, lineær i sin struktur da den er møntet primært på massekommunikation i den forstand at det er én afsender som kommunikerer til mange modtagere. Under overfladen gemmer der sig dog mange elementer fra oplevelsesdesign, læringsteori og motivationsteorier som jeg mener tilføjer dybde og relevans.

Lad os se på modellen:



Afsenderen er den organisation, enkeltperson eller afdeling som er ansvarlige for indholdet. For et museum vil det som regel være museet som helhed der står som afsender.

Budskabet er det indhold som afsenderen gerne vil formidle. For et historisk museum kan dette være alt fra en tidslinje til historien om en dag i stenalderen.

Mediet er det medie som afsenderen vælger at formidle budskabet igennem. Dette kan være virtuelt, i form af en hjemmeside, app eller et spil. Det kan være i form af en film, hørespil eller billeder. Eller det kan være fysisk i form af en opstilling, mad som bliver serveret, duft eller lignende.

Sanserne står for det faktum at al den information vi modtager kommer til os via sanserne.

Modtageren er den person som budskabet så at sige 'rammer', men der ligger også i modtageren at modtageren skal være åben for at blive ramt af formidlingen.

I mellemrummene mellem de enkelte punkter ligger primært 'støj'; altså de, primært udefrakommende og ukontrollable, elementer som kan påvirke kommunikation, men også et element jeg vil kalde 'blindhed'.

Med disse grundlæggende elementer på plads vil jeg dedikere resten af afsnittet til først at beskrive elementerne mere dybdegående, og derefter diskutere deres validitet i forhold til det overordnede emne.

AFSENDER

Afsenderen er den der står som ansvarlig for budskabet, den som sætter hele processen i gang, men det er vigtigt at erindre at afsenderen ikke eksisterer i et vacuum. Afsenderen vil som regel være sammensat af mange individer, men frem for alt har afsenderen altid forpligtigelser. For museer er denne forpligtigelse primært overfor lovgivningen og dermed staten, de har en forpligtigelse overfor kommunen (for de kommunale museer), de har en forpligtigelse overfor historien og den videnskabelige sandhed, og endelig så har de en forpligtigelse overfor deres besøgende.

Lovgivningen kræver at museerne skal forske og formidle forskningsresultaterne, men specificerer ikke nærmere hvordan og til hvem disse resultater skal udbredes. Man må formode at det både drejer sig om andre forskere såvel som til besøgende på museet.

Kommunen vil ofte afkræve museer en målsætning for deres virke, og kan i praksis påvirke museets arbejde i vid udstrækning. Denne påvirkning gælder dog hovedsagelig for de kommunale museer, selv om jeg mener man også kan argumentere for at kommunerne gennem kommuneplanen og lignende kan udøve en vis indflydelse på et museums muligheder for at udfolde sig.

Historien og den videnskabelige sandhed er grundlaget for museets etos, og vigtigheden af disse elementer må ikke undervurderes. Det er et slag for Nationalmuseets etos når de må indrømme at den ene ravbjørn som de har fremvist og fremhævet i årevis viser sig at være en forfalskning. De har valgt at minimere skadens omfang ved åbent at stå frem og fortælle hele historien, men det er sådanne sager der gør at museumsgæster i lang tid fremover kan stå ved monterne og overveje om det de kigger på nu også er autentisk.

Endelig er der forpligtelsen overfor de besøgende, hvor museerne bør være tilgængelig for fx handicappede, men også hvor museerne som opkræver entre kan siges at have en vis forpligtelse til at give de besøgende 'valuta for pengene'; altså at levere en oplevelse som svarer til det de besøgende betaler. Jo større oplevelse for de samme penge, jo bedre vil udbyttet opleves af brugerne. Modsat vil de samtidig være villige til at betale en højere entre, hvis de får stillet en stor oplevelse i udsigt. Hjerl Hedes Frilandsmuseum tager fx en højere entre i forbindelse med levendegørelsen end ellers; men oplevelsen for de besøgende er også langt større.

Ud over dette, så må afsenderen være opmærksom på etos-begrebet, og forstå at den etos som de besøgende besidder overfor afsenderen er en værdifuld ressource som må værnes om og arbejdes på. Museerne i Danmark vil jeg sige generelt har en høj etos i forbindelse med den faktuelle historieformidling, om end jeg kun kan underbygge den teori med egne erfaringer. Det er ikke min opfattelse at de besøgende på de danske museer er bekymrede for at museet generelt formidler usandheder med henblik på at fremme en politisk eller social dagsorden.

Denne etos skal plejes, og den skal plejes ved hjælp af sober historieformidling. Sober historieformidling behøver dog ikke være kedelig, eller strengt analog i min optik. Så længe den viden som formidles er så objektivt sand som forskningen kan sikre, så bør det i princippet være ligegyldigt om man formidler den gennem en udstilling, museumsudgivne bøger eller et spil.

Når det kommer til museumsformidling er autenticitet et andet vigtigt begreb at være opmærksom på. I min optik hænger de to begreber meget tæt sammen i

museumssammenhæng. Et museums troværdighed (som er et af de bærende elementer i etosbegrebet) afhænger i meget høj grad af den autenticitet deres fundsgenstande leverer. Til gengæld mener jeg at danskernes tillid til museernes autenticitet generelt er høj, og denne autenticitet bør både beskyttes og udnyttes i forhold til brugernes oplevelser.

Endelig må det også pointeres at afsenderen næsten altid vil have langt mere akkumuleret viden end det er muligt at formidle på fornuftig vis til størstedelen af de besøgende på den tid som et museumsbesøg normalt varer. Museet må udvælge de informationer som de primært ønsker at formidle.

Denne udvælgelse af informationer er en del af det museet må gøre i forbindelse med arbejdet med budskabet, som næste afsnit handler om.

BUDSKAB

Før man begynder at formgive budskabet er det vigtigt at man udvælger omhyggeligt fra den informationsmængde man har til rådighed. I denne fase må man udvælge hvad der er det vigtigste, men man må heller ikke glemme krydderi i form af skæve, anderledes og sjove informationer eller fortællinger. Dette 'krydderi' kan fungere som appetitvækkere i forhold til at vække de besøgendes naturlige nysgerrighed og få dem til at undres.

Det er muligt at en sådan udvælgelse kan støde museer, da al information i princippet er lige vigtig. Samtidig kan der også opstå det problem at det er svært at plukke en del af historien ud og præsentere den, og samtidig sikre at de besøgende får den fulde sammenhæng. Dertil er kun at sige at valget, sådan som jeg ser det, står mellem at overvælde de besøgende med mere information end de vil være i stand til at absorbere i løbet af et enkelt besøg, eller at levere relevante informationer i passende mængder, således at den besøgende vil forlade museet med en følelse af at det var udfordrende og interessant, men ikke uoverkommeligt. Mange har nok haft den samme følelse som jeg efter besøg på store museer som Louvre eller British Museum; at de simpelthen er for store og overvældende til at kapere i løbet af et enkelt besøg.

Når man har udvalgt de informationer som skal formidles og de historier som skal fortælles, skal det bearbejdes til, om man så må sige, 'formidelig' form. Der skal tages beslutninger om hvordan man kan strukturere informationerne i forhold til besøgets rytme, således at det overordnet giver mening. Man kan for eksempel sammensætte informationerne til en sammenhængende historie, og planlægge en rute rundt på museet som strækker sig gennem historien. Man kan også vælge at plukke enkelte elementer; fx kunne man i limfjordsegnene mange steder tage udgangspunkt i bådbygning og samle alle informationer relevante for bådbygning i én udstilling. Dette åbner mulighed for at man kan kontrastere og sammenligne teknikker, værktøj, bådtyper og lignende. Limfjordsmuseet i Løgstør har blandt andet gjort det med bådtyper, som man kan sammenligne og kontrastere – forudsat man ved noget om både i forvejen, hvilket er problematisk for museets formidling.

Man må også tage stilling til om man ønsker at den overordnede historie skal fortælles dramatisk, med anslag, akter og klimaks; eller om man ønsker en mere lineær fortælling. Jeg hælder personligt mest til den dramatiske fortællemetode, som fx Story structure (Brooks, 2009) som består af fire akter. Ikke alene fremmer en dramatisk struktur bevægelsen igennem historien (og dermed også museet), men den kan også bruges til at fremme muligheden for at de besøgende ser oplevelsen som en helhed. Samtidig er det en struktur som alle kender; det være sig fra TV, film, bøger, tegneserier eller computerspil.

Derudover bør det overvejes om den information som stilles til rådighed i tekstform med fordel kunne benytte den journalistiske metode; altså at skrive det vigtigste først, således at de besøgende ikke behøver læse hvert et ord på museet for at få de vigtigste informationer.

Endelig må det også overvejes hvordan afsenderen ønsker at budskabet skal lagre sig hos modtageren. Er formålet at det skal være paratviden? Skal den besøgende kunne bruge informationen til praktiske formål (fx selv at blande og bruge linoliemaling)? Eller handler det om at udvikle den besøgende personligt, således at det menneske som forlader museet ikke længere er den samme som kom ind?

Alle disse overvejelser skal indgå i et samspil med det medie man vælger. Mere om det i næste afsnit.

MEDIE

Medierne som museer bruger, vil som regel være medier af 2. eller, i sjældnere tilfælde, 3. grad. Går man ud fra at medier af 3. grad kræver et socialt aspekt med næsten omgående kommunikation mellem afsender og modtager vil medier af 3. grad meget sjældent forekomme. Derfor må man forlade sig på medier af 2. grad, selv om de forekommer i digital form.

Valget af medie er vigtigt, både i forhold til den etos man gerne vil understøtte, det budskab man vil formidle, den modtagergruppe man gerne vil nå ud til og endelig den oplevelse man gerne vil give.

For det første er mediet vigtigt i forhold til den etos som modtagerne har i forhold til afsenderen. Det ville sandsynligvis virke besynderligt på de fleste hvis Mærsk fx udviklede en smart mobil-app hvor man i bedste Grand Theft Auto-stil skulle køre rundt i verdens containerhavne og losse og laste. På den anden side ville ingen sandsynligvis blinke over en mobilapp fra Mærsk som tillod at man kunne følge et bestemt skib rundt i verden. Dermed er tonen i budskabet næsten lige så vigtig som mediets beskaffenhed, selv om nogle medier egner sig bedre til nogle former for budskaber.

Efter min mening kan lange tekster i en mobil-app fx virke trættende at læse på den forholdsvis lille skærm, mens videoklip kan fungere rigtig fint på den mobile platform. Lyde skal helst afspilles hvor modtagerne kan høre dem, samtidig med at de helst ikke må forstyrre de øvrige besøgende. Lyde er i høj grad et 'push'-medie. Vores sanses-konfiguration er således indrettet at de visuelle medier kan vi lukke øjnene for, eller kigge et andet sted hen; vi kan ikke på samme måde lukke ørerne eller lytte et andet sted hen. Derfor er faste 'lyttestationer' med høretelefoner stadig en god løsning, mens museet Lindholm Høje har installeret retningsbestemte højttalere som desværre ikke virker bedre end at man sagtens kan stå midtvejs i lokalet og høre lydene fra samtlige højttalere.

Samtidig må man også vægte hvordan et givent budskab vil gøre sig på den valgte platform. Historien om stenalderpigen Odder, vil den gøre sig bedst som tekst? Tekst understøttet af lyd? Video? Spil? Hvilke ressourcer man har til at virkeliggøre de forskellige versioner af historien er en heller ikke ubetydelig problematik, og en der må tages højde for i denne sammenhæng.

Mobile applikationer er en udmærket løsning for museer, da Danmarks Statistik (2012) rapporterer at 50% af de danske husstande har en smartphone. Dog må man samtidig

overveje om de besøgende ønsker at bruge deres smartphones, eller om de ser museet som et fristed fra det digitale.

Modtagergruppens sammensætning skal også overvejes og der bør foretages en rationel vurdering af om målgruppens evner med mediet står mål med de planer man har for mediets brug. Det er fx en almen antagelse at alle børn og unge er 'superbrugere' af computere og mobiltelefoner, men i realiteten er der en gruppe som ikke har signifikant bedre viden på området end deres forældre.

Endelig er det også nødvendigt at tænke over om det medie man vælger kan understøtte modtagerens motivation for at udforske eller i det hele taget modtage budskabet. Kan man indbygge spil-elementer uden at det bliver for poppet? Kan man fx udnytte den viden man har fra behaviorismen?

Sidst men ikke mindst skal mediet understøtte den oplevelse man gerne vil give. Her handler det ikke mindst om at mediet skal være i stand til at formidle til den sans man ønsker at aktivere. Dette vil jeg tale mere om i næste afsnit om sanserne.

SANSER

Sanserne er menneskets vindue til verden. De er vejen til informationer, underholdning, nydelse og al menneskelig inspiration.

Det er let at glemme at vi bruger vores sanser så meget som vi gør, og det er derfor også let at glemme at designe for dem. Men at inkludere design for sanserne er effektivt. Fx er det alment kendt at bilproducenter designer lyd til deres biler. Lyden af en bildør der lukkes, eller lyden af motoren. At have den rigtige lyd er vigtig i forhold til det image som mærket skal udstråle.

Mennesket er udstyret med fem sanser, og man må tage højde for dem alle i designprocessen.

Synssansen er den sans der alment designes til, med billeder, udstillinger, videoer, tekst og så videre. Derudover er synssansen den sans der er nemmest at designe til, men denne lethed bærer også risikoer i sig selv. Det er fx ikke ligegyldigt hvilken skrifttype man bruger, når man skriver tekst. Den skal være læsbar, den skal være pæn, og man skal være opmærksom på de konnotationer skrifttypen har – overforbrug af Comic Sans har fx ført til at skrifttypen i mange sammenhænge ikke længere er acceptabel. Opsætningen af teksten, længden af linjer og afsnit er fx også nogle af de ting man må tage højde for når man arbejder med tekst.

Ud over tekst er der naturligvis billeder og film, men man må ikke undervurdere at modtagernes visuelle oplevelse af museet ikke udelukkende drejer sig om udstillingerne. Derfor er det vigtigt at hele museet har en visuel sammenhæng. Fx Nordsøen Oceanarium har et stort problem med den forbindelsesgang som leder de besøgende fra det gamle oceanarium som er mørkt og fyldt af akvarier, ned til den store oceanarietank som også residerer i et meget dunkelt rum. Gangen er klart oplyst og visuelt meget anderledes og resultatet er at den river de besøgende ud af en fortløbende oplevelse.

Høresansen er en anden sans der designes bevidst for, blandt andet kan fremhæves brugen af muzak i storcentre og butikker, hvor der forsøges i hvordan anvendelsen af lyd kan bruges til at få kunder til at blive længere og købe mere. Ud over designet af fx audioguiden som efterhånden er meget udbredt som en måde til at fylde mere informationer på en minimalistisk udstilling (i øvrigt en metode som jeg mener er problematisk i forhold til

døve), skal der tages højde for støj i lokalerne. Det kan være uhensigtsmæssig støj fra fx klima anlæg, men også støj fra andre besøgende kan virke så forstyrrende at den må begrænses ved hjælp af støj dæmpende foranstaltninger.

Følesansen er en sans der hovedsagelig designes til i forhold til børn, men jeg mener det er en fejl. Voksne kan være lige så taktile og følesansen giver os informationer på et andet niveau end synssansen er i stand til. Fx er det svært at bedømme hvor tung en genstand er, hvis man ikke kan løfte på den. Min far samlede på flinteredskaber, og det at håndtere disse genstande har givet mig en helt anden oplevelse af stenalderen end det at gå på museum, hvor man kun kan kigge på genstandene.

Følesansen giver dog problemer i forhold til et museum som har en forpligtelse overfor at bevare de autentiske genstande for fremtiden. Et alternativ kan være moderne fremstillede, men i øvrigt præcise kopier af genstande, som ikke er omfattede af et bevaringskrav og i øvrigt ikke er så værdifulde at de ikke kan stilles til rådighed for berøring.

Smagssansen er en sans som stort set kun madproducenter tænker over, men det gør den ikke uvigtig. En af grillbarerne helt ude ved vesterhavskysten giver, trods den klassiske grill-menu, alligevel en stor madoplevelse fordi de bruger friskfanget fisk. Når man har prøvet det, så er det forstemmende at besøge restauranten i Nordsøen Oceanarium og opdage at et sted som handler om fisk og fiskeri benytter sig af de samme dybfrosne fiskefileter som Bilka.

Smagssansen er derfor ikke uvæsentlig i helhedsbilledet, især ikke på de museer som har café, restaurant eller andre tilbud til deres småsultne gæster. Her må blandt andet afvejes den negative værdi i udelukkende at stille en kaffeautomat og en snack-automat frem for at det ikke bliver sulten der driver gæsterne videre, men også den ekstra indsats der skal lægges i at servere fx autentiske retter.

Handler det om et decideret spisested må man overveje hvor autentiske retterne skal være, da mange gamle retter langt fra vil falde i moderne menneskers smag. Endelig ville det mange steder være muligt, som i butikker, at lave små events med smagsprøver. Dette kræver en del arbejdskraft, men jeg mener det kan have en rigtig god effekt i forhold til at tiltrække besøgende.

Lugtesansen er, som tidligere nævnt, måske den sans som har den stærkeste, mest ubevidste indflydelse på vores hukommelse. Den er uheldigvis også den sværeste at designe til, da mulighederne for at bruge teknologi som kan reproducere dufte endnu er temmelig begrænsede. Alligevel kan man bruge dufte aktivt i designet af en oplevelse, ved at give de besøgende mulighed for at lugte til ting.

Igen må man være opmærksom på de faldgruber som kan ligge i de dufte som allerede findes på museet, arbejde på at eliminere de uønskede og fremme de ønskede dufte. På Hjerl Hede er duften af frisk savsmuld på savværket uforglemmelig, og duften fra det fungerende bageri under levendegørelsen er meget tydeligt i stand til at tiltrække besøgende til den ellers uanseelige bygning.

I arbejdet med dufte er det også nødvendigt at være særligt opmærksom på de duftfølsomme som kan blive generet i ekstrem grad af stærke dufte.

I det hele taget må man, når man arbejder med sanserne, erindre at ikke alle bruger sanserne på samme måde, men det vil jeg tale mere om i næste afsnit, hvor det handler om modtagerne.

MODTAGER

Modtagerne til et givent budskab vil typisk være en stor og varieret gruppe, når man taler om massekommunikation. Denne variation må der i videst mulig omfang tages højde for i planlægningen af kommunikationen, men samtidig må man også erkende at det er umuligt at lave virkningsfuld kommunikation til alle. Dette er en balancegang, hvor man må acceptere at det enten er muligt at målrette virkelig succesfuldt til en lille målgruppe, eller mindre succesfuldt til en større.

Når det så er sagt, så er der adskillige områder som kan og må arbejdes med, og som kan betragtes som universelle, uden at det dog skal tages til indtægt for at de er ens for alle modtagere.

Motivation er det første som en afsender må vide noget om. Hvordan kan man hjælpe modtageren til at motivere sig selv til at gøre en indsats i forhold til den information man ønsker at formidle? Ingen er passive modtagere, alle træffer et valg, selv i forhold til at sætte sig ned og se en film eller lade være.

Som det første kan man kigge på Maslows behovspyramide, og arbejde med den fra bunden og opefter. Er der mulighed for at de besøgende kan få opfyldt de relevante fysiologiske behov, såsom sult og tørst. Er der muligheder for at sidde ned undervejs? For det andet, så skal de besøgende føle sig trygge undervejs. De må ikke være bange for at komme til at gå forkert eller komme til skade. For det tredje, så må museet meget gerne være indrettet således at det er tilladt for de besøgende at være sociale. Er der fx plads til at to eller tre kan sidde sammen? Er det tilladt at tale sammen undervejs? Er der klare rammer for hvordan man må være social?

Når der er taget højde for disse ting kan man begynde at arbejde med vækstbehovene. Til dette formål mener jeg man med fordel kan benytte behaviorisme og operant betingning som computerspildesignerne gør. Dette kan gøres ved at give de besøgende udfordringer som hurtigt udløser feedback. På Nordsøen Oceanarium har de opstillet to håndtag som man skal forsøge at klemme sammen med hånden så hårdt som man kan, og man får derefter en sammenligning mellem sit eget greb og forskellige havdyr så som hummer og krabbe. Det er morsomt at prøve, og at man har en tendens til lige at skulle prøve at se om man kunne gøre det bedre, men fordi der er to håndtag som kan sammenlignes, så går der også hurtigt en vis social sport i at se hvem i gruppen der er stærkest. På et museum kunne noget tilsvarende fx være at man skulle skrubbe tøj på et vaskebræt omkring en gruekedel. Baseret på det pres man udøver og den teknik man benytter, kunne man så forstille sig en skærm som viste hvor rent tøjet blev.

Samtidig må man huske at alle besøgende har et foretrukket spændingsniveau og man må give mulighed for at de både kan foretage sig noget mere spændende og noget mere afslappende, således at de får lejlighed til at bevæge sig hen imod deres foretrukne spændingsniveau. Her er det også vigtigt at huske på at mennesker ikke behandler sanseindtryk ens. Nogle har det fx bedst med høj musik, mens andre foretrækker stilhed. Derfor er det også en god idé at give brugerne indflydelse på intensiteten af de sanseindtryk

de tilbydes så vidt som det er muligt. At give mulighed for at skrue op og ned for den lyd der tilbydes i fx høretelefoner er et godt eksempel.

Ser man på flow, så handler det om at mennesker har en zone hvor deres kompetencer og de udfordringer de stilles overfor passer sammen. Dette er vigtigt at huske på, når man designer; at man enten skal give de besøgende en mulighed for at gøre en given opgave lettere (sænke sværhedsgraden) eller give dem mulighed for at øge deres kompetenceniveau.

Når det handler om at øge kompetenceniveauet, må man huske på at ingen modtagere er blanke tavler. De kommer alle med deres egen unikke kombination af evner og viden, og denne kombination gør det næsten umuligt at forudse hvordan individet lærer. Dog kan det være nyttigt at huske på at læring ifølge Piaget falder i to distinkte kategorier: assimilation og akkomodation. Assimilation er den letteste at håndtere for modtageren, da det handler om at inkorporere ny viden ind i den viden som modtageren allerede har og de skemaer som han i forvejen er i besiddelse af. Akkomodation er straks en noget sværere øvelse, som præsenterer information så forskellig fra det modtageren allerede kender at han er nødt til at bryde gamle skemaer op og gendanne dem for at få plads til den nye information. Måden at håndtere dette på er i videst mulig omfang at forsøge at sikre at de budskaber man formidler bygges ovenpå alment kendt viden, eller forholder sig til almene menneskelige problemer.

Endelig må man også huske på at ingen modtager er en ø. Langt de fleste besøgende kommer i grupper, og betragter et museumsbesøg som en social begivenhed hvor man oplever sammen med andre. Samtidig kunne jeg observere på Hjerl Hedes Frilandsmuseum at alle grupper havde en eller to personer som tog sig tiden til at standse op og læse diverse plancher og informationer som museet stiller til rådighed. Derefter uddrog de så de mest kuriøse, interessante eller på anden vis bemærkelsesværdige informationer som de videregav til de øvrige medlemmer i gruppen. Min teori (som jeg dog ikke har understøttet empirisk) er at disse videreformidlere muligvis er de særligt historisk interesserede. Er dette sandt, så kan man henvende sig til disse individer på et andet niveau, men det kræver en nærmere undersøgelse før man kan sige det med sikkerhed.

Ud over de faldgruber som er indbygget i de enkelte elementer findes der generelle faldgruber, alle elementerne imellem. Dem vil jeg se på i det følgende afsnit.

FALDGRUBER

For det første må man tage højde for det jeg vil kalde 'blindhed'. Det er blindhed som gør det svært at læse korrektur på en tekst man selv har skrevet, fordi vi som forfattere har en tendens til at se det der burde have stået, snarere end det der står; mens vi i andre tekster, som vi ikke selv har forfattet, sagtens kan finde slåfejl, stavfejl og lignende.

Den samme blindhed gør sig gældende i forhold til både afsender og modtager på mange niveauer. Fx kan man være blind overfor at den viden som man selv betragter som almenviden ikke er kendt af alle.

Blindhed kan i sidste ende kun imødegås af brugertests, for at se hvordan modtagerne rent faktisk opfatter det man formidler.

En anden faldgrube er støj. Ikke i lydæssig forstand, men i mere generelt perspektiv. Støj kan fx være hvis den besøgende netop har mistet et nært familiemedlem og derfor er i en særlig stemning allerede før besøget starter. Støj vil som regel være interferens som påvirker

budskabets vej fra afsender til modtager og som afsenderen ikke har nogen mulighed for at påvirke.

DISKUSSION

Som det ses, så forsøger jeg med didaktisk oplevelsesdesign at samle en bred vifte af forskellige områder til en samlet model som kan benyttes til design af oplevelsesbaseret formidling.

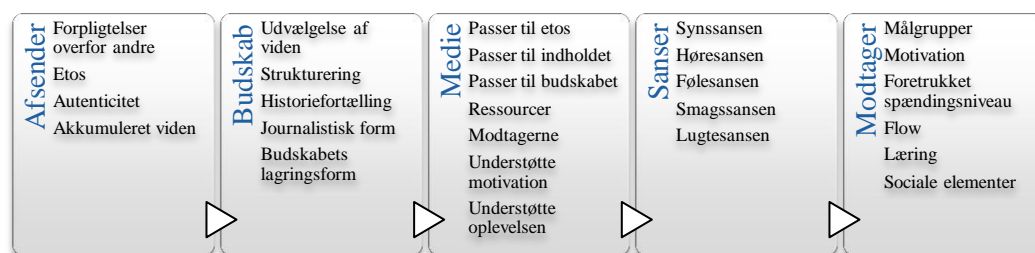
Der findes i sagens natur langt flere teorier indenfor de enkelte områder end der er plads til at diskutere for og imod i dette speciale, og min model er derfor ikke at betragte som hverken fuldstændig eller udtømmende.

Fra museets side er formidling centralt for deres virke, mens de besøgende bruger museet som underholdning. Denne delte holdning til hvad museet skal levere (læring versus oplevelse) mener jeg er central i didaktisk oplevelsesdesign, og dermed i den model jeg her har skitseret.

Formålet med modellen er ikke at være udtømmende eller dækkende for samtlige valg der skal træffes i løbet af en designproces, men derimod at give et sammenhængende rammeværk for overvejelser omkring design af didaktiske oplevelser. Her handler det om at finde sammenhængen mellem formidling og oplevelser, og dermed at give museumsfolk og oplevelsesdesignere en fælles forståelsesramme for hvilke overvejelser der bør gøres i denne forbindelse i et forsøg på at designe til begge formål.

OPSUMMERING

Didaktisk oplevelsesdesign kan altså repræsenteres i den følgende model;



AFSENDER

- Forpligtelser overfor andre
 - Lovgivning
 - Ekstern ledelse
 - Videnskab
 - Historie
 - Besøgende
- Etos
 - Plejes via sober historieformidling
- Autenticitet

- Fundsgenstande
- Kopier skal markeres som kopier
- Akkumuleret viden
 - Overstiger det der kan formidles på en gang

BUDSKAB

- Udvælgelse af viden
 - Det vigtigste i forhold til budskabet
 - Det anderledes og sjove
- Strukturering
 - I forhold til besøgets rytme
 - Sammenhængende historie?
 - Kontrastering og sammenligning
- Historiefortælling
 - Dramatisk eller lineært
- Journalistisk form
 - Det vigtigste først
- Budskabets lagringsform
 - Data, information, viden, visdom

MEDIE

- Passer til etos
 - Passende i forhold til den etos man ønsker at pleje
- Passer til indholdet
- Passer til budskabet
- Ressourcer
 - Økonomi
 - Tid
 - Behov for at 'pleje' mediet?
 - Mediets sårbarhed
- Modtagerne
 - Hvordan håndterer modtagerne et givent medie?
- Understøtte motivation
 - Spil som motivationsfaktor
 - Mulighed for at bruge mobiltelefon
 - Mulighed for at downloade tekster til fremtidig fordybelse
- Understøtte oplevelsen
 - Sanseinvolverende design

SANSER

- Synssansen
- Høresansen
- Følesansen
- Smagssansen
- Lugtesansen

MODTAGER

- Målgrupper
 - Alder
 - Uddannelsesniveau
 - Interesser
- Motivation
 - Fysiologiske behov
 - Vækstbehov
 - Operant betingning
- Foretrukket spændingsniveau
 - Mulighed for at øge spænding
 - Mulighed for at formindske spænding
- Flow
 - Mulighed for at øge sværhedsgrad
 - Mulighed for at øge kompetencer
- Læring
 - Akkomodation (krævende!)
 - Assimilation (baseret på det kendte)
- Sociale elementer
 - De særligt interesserede
 - Dem der er med for det sociale
 - Fællesskab omkring oplevelsen

FALDGRUBER

- Blindhed
 - Almenviden som ikke er almen
 - Tekster der ikke siger det man skrev
- Støj
 - Udefrakommende
 - Ukontrollabel

CASE

CASEBESKRIVELSE

Jeg tillader mig til formålet at opfinde et mindre købstadsmuseum i den fiktive by Søköbing.

Museet: Museet er et mindre historisk museum, beliggende i en gammel villa i bymidten. Igennem mange år har museet haft en stående historisk udstilling som omhandler områdets historie fra stenalderen til nutiden i stueetagen. På første sal er en udstilling som omhandler købstadens historie og, mere specifikt, købstaden i 1850'erne.

I kælderens er der en mindre udstilling om byens mest kendte og berømte søn, med en mindestue og et lokale med plancher som omhandler hans virke som forfatter.

Adgangsforholdene er ikke ideelle; der er en trappe op til indgangsdøren, og bygningen har ikke ændret sig nævneværdigt fra sin fortid som herskabelig villa fra 1910. Der er heller ikke elevator, så for ganghandicappede er 1. sal og kælderen lukket land.

Museet indeholder, på grund af pladmangel, en lille butik, men ingen café. Toiletter forefindes på alle etager.

Byen: Søköbing er en provinsby med ca. 10.000 indbyggere indenfor bygrænsen og ca. 70.000 indbyggere i kommunen. Byen ligger tilstrækkelig tæt ved en af de større universitetsbyer til at mange unge vælger at blive boende hjemme og pendle med toget. Denne nære beliggenhed gør også at Søköbing er et attraktivt sted at bosætte sig for veluddannede.

Søköbing kommune sørger for at der er sports-faciliteter til rådighed, men der er en tendens til at mene at kultur er noget der skal opsøges i den nærliggende, større by.

Casen: Søköbing kommunalråd har besluttet sig for at prøve at tiltrække turister fra den større by til Søköbing. En del af denne turisme skal komme ved at opdatere museet. Til formålet afsætter kommunen en større sum penge som øremærkes til at gøre museet oplevelsesbaseret, noget de i øvrigt giver museet frie tøjler til selv at definere.

KONCEPTUDVIKLING

For at udarbejde et koncept vil jeg arbejde med casen set gennem en linse formet af min model. Formålet er at se om det at arbejde med modellen kan resultere i et koncept som ville kunne bruges af museet i casen.

AFSENDER

Afsenderen i denne case er naturligvis Søkkøbing museum. Lad os se nærmere på de enkelte dele som skal tages højde for i designet.

FORPLIGTELSE

Museet har sin primære forpligtelse overfor kommunen. I dette tilfælde handler det om kommunens ønske om at bruge museet som turistattraktion. I den forbindelse har museet forpligtet sig til at øge besøgstallet til det dobbelte, altså 30.000 besøgende. Derudover har museet naturligvis en forpligtelse til at overholde deres budget, inklusiv den ekstrabevilling på 2 millioner kr. som kommunen har sikret. Endelig har museet begrænsede personalemæssige ressourcer, og grundet fortsat byggeaktivitet som kræver forundersøgelser og eventuelle udgravninger er det ikke muligt at frigøre ekstra personale i længere perioder.

Konceptet må derfor udnytte det personale som er tilgængeligt; budgettet må ikke overskrides, og museet må finde en måde at tiltrække en ny brugergruppe for at opnå det ønskede besøgstal.

ETOS

Museet har en stærk etos overfor deres nuværende brugere. En hurtig vox-pop på gågaden i Søkkøbing viser at museet lider af et temmelig støvet image blandt ikke-brugere.

Til gengæld har næsten alle adspurgte en holdning til at museer generelt er troværdige.

Museet må derfor være påpasselig med ikke at sætte den eksisterende etos over styr, samtidig med at de opdaterer deres formidlingsform. Dette vælger de at gøre ved at bibeholde et sobert sprogbrug overalt, men også ved at inkludere nye medieformer.

AUTENTICITET

Museet er bekymret over nye medier i forhold til den autenticitet som museet udstråler. Museumsledelsen anerkender dog at det er muligt at en yngre målgruppe end deres sædvanlige muligvis ikke vil se inklusionen af nye medier som en modsætning til de historiske genstande.

Museet fastholder dog at det er den autentiske historie og de autentiske genstande som må være i centrum for oplevelsen, og dette må der tages højde for i konceptet.

AKKUMULERET VIDEN

Ikke alene har museet i samarbejde med kommunens lokalhistoriske arkiv enorme mængder informationer lagret om lokalhistorien, de har også langt flere genstande opbevaret på magasin end der kan blive plads til i udstillingen.

Alene at opbygge et overblik over denne enorme vidensbank er en næsten uoverkommelig opgave. Heldigvis har en tidligere lokalhistoriker samlet fortællinger, legender og livshistorier ind med det formål at få dem udgivet på et senere tidspunkt. Han giver museet lov til at bruge af disse historier til deres nye udstillinger.

Med disse grundlæggende begrænsninger på plads, er det tid at se på budskabet som skal formidles.

BUDSKAB

UDVÆLGELSE AF VIDEN

Som tidligere nævnt fik museet lov til at bruge historier indsamlet af en lokalhistoriker. Historikerne udvælger relativt hurtigt fem tidstypiske historier som tilsammen beskriver bylivet i Søköbing fra 1533 til 1947.

Et nærmere blik på museets magasiner afslører en mulighed for at beskrive livet i et munkekloster omkring 1333. Udgravninger af en jernalderlandsby i umiddelbar nærhed af en vikingelandsby åbner mulighed for at fortælle historien om skiftet fra jernalder til vikingetid, og diverse fund fra stenalder og bronzealder kan samles til en fortælling om forhistorisk tid i området omkring Søköbing.

Konceptet kommer dermed til primært at forlade sig på disse historier som centrale for at fortælle om lokalområdets historie og derigennem elementer af Danmarks nationalhistorie.

STRUKTURERING OG HISTORIEFORTÆLLING

Strukturen ligger næsten indbygget i de historier som museet har udvalgt, og museet vælger derfor at fortælle en lineær historie. Det besluttes at de besøgende skal opfordres til at arbejde sig tilbage gennem tiden, efter en formodning om at det er lettere for de besøgende at forholde sig til noget som ligger tæt på nutiden. Denne opfordring sker dels i brochuren over museet, dels gennem mundtlig opfordring i forbindelse med billetkøb og dels i valget af lokaler til de forskellige udstillinger.

Samtidig besluttes det at trække så klare linjer som muligt fra den ene historie til den næste. Museet ønsker også at arbejde med spændingskurver, således at udstillingerne kommer til at indeholde forskellige interaktive elementer.

JOURNALISTISK FORM

Det besluttes at al skriftlig information skal opstilles journalistisk, altså med den vigtigste information først, undtagen i de sjældne tilfælde hvor dette vil forhindre en effektiv formidling. Denne beslutning træffes i erkendelse af at det er de færreste besøgende som læser hvert et ord på deres vej gennem museet.

BUDSKABETS LAGRINGSFORM

Det besluttes at et succeskriterium er at budskabet lagrer sig hos de besøgende som viden; altså som en forståelse af de mønstre som danner historiens uafvendelighed.

Dette betyder at mønstrene må fremhæves i historiefortællingen, og at de besøgende må gives tid og ro til at fordybe sig i materialet i den grad de ønsker det. Samtidig betyder det at de besøgende må opfordres til og støttes i deres fordybelse.

Med budskabet på plads, skal formen og mediet overvejes i det næste afsnit.

MEDIE

Valget af medie er vigtigt, ikke kun i forhold til budskabet og afsenderen, men også i forhold til sanserne og modtagerne. Mediet er det der sørger for at den ene side kommer i kontakt med den anden, og det skal derfor overvejes nøje.

PASSER TIL ETOS

Som tidligere nævnt har museet en høj etos når det kommer til troværdighed, mens deres image er noget mere støvet og uattraktivt. Derfor vælger museet at arbejde med medier som de ikke er vant til at bruge.

Samtidig må de, for ikke at skade deres etos, sikre en solid balance mellem den nye teknologi og det troværdige. De må finde medier og måder at bruge medierne på som ikke skader deres etos, samtidig med at medievalget skal være interaktivt og dække flere modaliteter.

PASSER TIL INDHOLDET

Da museet ønsker at nå en ny målgruppe er det på sin plads at arbejde med en ny form for indhold. Museet indleder et samarbejde med det lokale amatørteater for at dramatisere dele af historierne gennem små film.

Museumslederen er bekendt med teorierne om de mange læringsstile, og ønsker derfor at der bliver mulighed for at de besøgende kan være besøgende på flere måder. At de kan sætte sig ned med tekster, hvis det er det der skal til for at de absorberer ny information. Der skal være noget de besøgende kan lytte til og kigge på, men der skal også være noget de kan gøre med hænderne og der skal være noget de kan eksperimentere eller lege med.

Derfor må der indbygges redundans i medierne, således at den samme information fx præsenteres på skrift, på lyd og som eksperiment.

PASSER TIL BUDSKABET

Budskabet om Danmarks historie er i sin natur bred og mangfoldig. Museet beslutter at fokusere på udpluk som relaterer sig til de historier de har udvalgt. Derudover vælger man at tilføje flere eller færre interaktive dele undervejs gennem udstillingerne i et forsøg på at gøre det mere spændende for de besøgende at bevæge sig rundt på museet.

Endelig vælger man også at sørge for at der på forskellige steder rundt i museet er flere informationer om de perioder som udstillingerne dækker, ud over det ekstramateriale der skal lægges ud tilgængeligt gennem museets hjemmeside.

RESSOURCER

Det besluttes at langt hovedparten af de to millioner museet har fået i ekstrabevilling skal gå til udarbejdelsen af indhold og til de nye medier. Oveni søger museet støtte fra fonde og EU,

men planlægger det således at de to millioner strækker til det mest grundlæggende i den nye formidlingsplan.

En del henter man ekstern, frivillig hjælp til, blandt andet fra teaterforeningen. Teksterne til udstillingen skrives af de ansatte selv og revideres af kommunens kommunikationsmedarbejder. Indtaling står museet også selv for, og til formålet låner de den lokale højskoles musik studie. Højskolen er også behjælpelig med videoredigering og efterbehandling af lyd, da de betragter det som god erfaring for deres studerende.

Grafik og programmering bestiller man professionel hjælp til, da overvejelsen går på at disse to ting som minimum skal fungere fuldkommen gnidningsfrit og være sobert.

MODTAGERNE

Der skal vælges medier som passer til modtagerne. Da man på Søköbing museum ønsker et yngre publikum end de i dag har, er det indlysende at vælge digitale og interaktive medier, da det er medier som efterhånden er velkendte for en stor del af den danske befolkning. Samtidig bliver de generelt brugt mere af yngre mennesker, og digitale medier er derfor et godt valg. Ud over de digitale medier kommer en stor del af formidlingen til at foregå på velkendte plancher og i montrere. Både for at imødegå de besøgende som ikke er erfarne udi det digitale, men også for at bibeholde en genkendelighed i forhold til den nuværende brugergruppe.

UNDERSTØTTE MOTIVATION

Digitale og interaktive medier er rigtig gode for motivationen, da det gør det relativt nemt at sørge for interaktion og feedback, som kan udfordre de besøgende, og rapportere hvordan det går med det samme. Samtidig overvejer museet alvorligt at inkludere simple spil-elementer til deres udstilling, blandt andet en smedje, hvor de besøgende kan se hvor hårdt de kan hamre på ambolten, og en quiz som undervejs kan spilles af større børn og voksne, og hvor svarene kan findes på museet.

UNDERSTØTTE OPLEVELSEN

Endelig skal de valgte medier naturligvis understøtte den oplevelse som museet ønsker at give, og konceptet skal derfor sikre at medierne ikke overskygger selve oplevelsen. I dette tilfælde handler det om at balancere opstillinger, plancher, skærme og andre digitale elementer, således at oplevelsen bliver en helhed.

Med medierne således beskrevet, er det tid at se på hvilke sanser museet ønsker at engagere hos modtagerne.

SANSER

Sanserne er den kanal modtagerne optager informationer igennem, og de er derfor meget vigtige at arbejde bevidst med.

SYNSSANSEN

Museet er i dag visuelt præget af bygningens fortid som herskabsvilla, og museumsledelsen ønsker ikke at ændre ved dette visuelle præg. Af den grund vælger de et klassisk og pænt grafisk og visuelt udtryk i alle aspekter af oplevelsen som kan komplementere bygningen. Farverne er dæmpede og milde, og lysætningen er stemningsskabende, dog nogle steder hindret af det naturlige lysindfald fra de store vinduer.

De primære kilder til formidling er tekster, billeder, videoer og tableauer.

HØRESANSEN

Hørelsen bliver i dag ikke tilgodeset i særlig grad på museet. De tilbyder en audioguide til at supplere museets udstillinger, men ellers er museets lydmæssige landskab hovedsagelig en tilfældig blanding af knirkende gulvbrædder, en mild summen fra klimaanlægget og de lyde som kommer fra de øvrige besøgende.

Det besluttes at museet fremover skal udnytte det faktum at udstillingerne er spredt ud over forskellige rum, og konceptet tilføjes lyde som afspilles i de tomme udstillingsrum for at virke lokkende på de besøgende. Lydene kontrolleres via en bevægelsessensor, således at de fader ud når de besøgende kommer ind i rummet for ikke at forstyrre de besøgende unødigt.

Endelig besluttes det at der i det nødvendige omfang skal opstilles lytte-stationer med høretelefoner, således at op til fire personer af gangen kan lytte til yderligere informationer.

FØLESANSEN

Museet ønsker at tilbyde de besøgende flere muligheder for at røre ved ting, og beslutter at inkludere forskellige aktiviteter og kopier af genstande som de besøgende kan røre ved.

Ideen om en smedje bliver forladt på grund af pladmangel; til gengæld beslutter museet, inspireret af en højskoleelev, at lave et lille spil som går ud på at placere genstande i den korrekte tidsperiode. Spillet, som foregår med en tavle og hvad der basalt set er kopier af genstande fra museet udstyret med en RFID⁸-tag, bliver placeret i foyeren, hvor de besøgende kan prøve at spille det før de går ind og igen før de forlader museet. En skærm ved siden af tavlen viser en løbende high-score-liste.

SMAGSSANSEN

Museet har ikke plads til en café, hvilket er et problem i forbindelse med den nye udstilling, som er planlagt til at få de besøgende til at tilbringe mere tid end de par timer som det gennemsnitligt tager de besøgende at se hele museet i dag.

Som en løsning indrettes et lille rum i et af de større udstillingslokaler med et par caféborde og stole og der opstilles en kaffeautomat og en snack-automat.

⁸ RFID – Radio Frequency Identification. Chip som modtager, opbevarer eller sender information via radiobølger. Alment kendt fra fx biblioteksøger som med RFID-chip kan lånes ud uden brug af strekcode. Også kendt fra fx chipning af kæledyr som et alternativ eller tilføjelse til fx øremærkning og identifikation ved hjælp af halsbånd.

Derudover vil museet arbejde på at afholde events i løbet af højsæsonen, hvor de vil servere smagsprøver på madvarer og retter fra den tid man sætter fokus på, og samtidig udlevere opskrifter.

LUGTESANSEN

Lugtesansen er en overset sans på museet for øjeblikket, men museumsledelsen ønsker at inkludere den i oplevelsen, da det er en meget stærk sans.

Til dette formål overvejer museet at stille blandt andet korn og andre duftende genstande til rådighed, som de besøgende kan lugte til hvis de ønsker.

Med sanserne således overvejede, er det tid at kigge på modtagerne.

MODTAGER

At forstå og tage højde for modtageren er naturligvis uhyre vigtigt for et museum, som ikke kun skal være i stand til at tiltrække besøgende, men også må give dem værdi og en meningsfuld oplevelse.

MÅLGRUPPE

For at opnå den ønskede fordobling af besøgende, mener museet det er lettest at henvende sig til en ny målgruppe i forhold til de ældre, veluddannede besøgende de har i dag (Kulturarvsstyrelsen, 2010, s. 59ff.). Det besluttes at forsøge at nå yngre mænd og kvinder i alderen 25 til 40. I modsætning til den klassiske museumsgæst er dette en gruppe som i høj grad er vant til at bruge digitale medier.

De stiller større krav til oplevelsen, og er generelt mobile og bevidste forbrugere, som ikke ønsker at spille deres tid. Dette er noget museet må være opmærksom på.

MOTIVATION

For målgruppen kan motivationen til dels godt ligge i at inkorporere spil-elementer, fx i form af en quiz som kan besvares undervejs. Medievalget i sig selv kan ikke erstatte anden motivation, men det kan hjælpe.

Museet regner også med at spillet i foyeren som kan spilles før og efter besøget således at de besøgende kan se hvor meget mere viden de har når de forlader museet i forhold til da de kom, vil virke motiverende.

FORETRUKKET SPÆNDING

De besøgende har hver især et spændingsniveau som de foretrækker. Museet må understøtte dem i at opnå dette spændingsniveau i løbet af deres besøg, således at der er mulighed for at foretage sig mere eller mindre spændende ting, alt efter om de besøgende har behov for at blive afslappede eller ophidsede.

Museet vil hovedsagelig bruge elementer som kan vælges til og fra, alt efter det ønskede spændingsniveau; således at de besøgende ikke bliver tvunget til at udholde elementer som er alt for ophidsende og kan tilføje elementer hvis de føler det hele bliver for kedeligt.

FLOW

Princippet i flow er nogenlunde det samme som i foretrukket spænding, her handler det blot om udfordringer og kompetence.

Museet vil tilgodese muligheden for at opnå flow ved at gøre det muligt for de besøgende at øge udfordringsniveauet, blandt andet ved at øge sværhedsgraden i quizzen undervejs. Samtidig bliver der mulighed for at øge kompetencerne for de besøgende, blandt andet ved at indlægge hints til hvor svarene kan findes i udstillingen på de lettere niveauer i quizzen, men også ved at tilbyde en hjælpefunktion som kan hjælpe de besøgende som ikke er så teknisk anlagte til at benytte alle museets tilbud, hvis de ønsker det.

LÆRING

Museet har den klare opfattelse at formidling er deres formål med at drive museum, og at ingen formidling kan foregå uden at opfordre de besøgende til læring.

Som Piaget påpeger, så foregår al læring på baggrund af hvad man allerede ved. Derfor mener museets ledelse også at det giver god mening at starte med 1940'erne, som er forholdsvis lettere at forholde sig til for de besøgende, og dermed lettere for museet at gøre relevante for museumsgæsterne.

Derudover har museet i videst muligt omfang tænkt sig at arbejde med udgangspunkt både i de linjer som kan trækkes fra den enkelte udstilling til den næste, men også med det der må betragtes som almenviden; et udtryk de udmærket er klar over har mange faldgruber. For at imødegå den indlysende faldgrube at fagfolk altid vil have en større paratviden om deres specifikke fagområde og ganske ofte overvurdere almindelige menneskers paratviden på området, vil museet foretage en brugerundersøgelse på deres hjemmeside og på Facebook, hvor de vil teste nogle af de antagelser de har i forhold til brugernes paratviden for at opnå en bedre formidling.

SOCIALE ELEMENTER

Langt størstedelen af de besøgende kommer i grupper, og museet vælger derfor at tage udgangspunkt i dette faktum ved at give de besøgende mulighed for at samarbejde, konkurrere mod hinanden eller blot ved at understøtte at det som regel er en eller to i en gruppe som er særligt interesserede i det historiske, og derfor vil være dem der primært læser og derefter videreformidler til resten af gruppen.

Med disse beslutninger som her er truffet kan vi fortsætte til at beskrive det faktiske koncept, som det kommer til at se ud. Det vil jeg gøre i næste kapitel.

KONCEPTGENNEMGANG

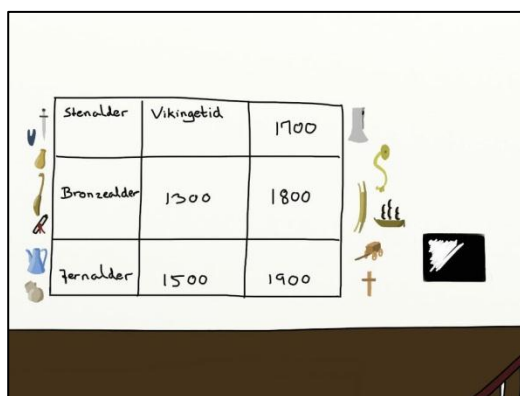
Når du ankommer til Søköbing museum, så er det første indtryk at det er en gammel, men moderniseret villa. Udefra knejser huset over gadeplan, lidt trukket tilbage fra vejen og med granittrapper op til fordøren. Murstensøjler og støbejernsgitter adskiller klart museets grund fra vejen, og et lille diskret skilt på søjlen umiddelbart til højre for porten annoncerer at du har fundet Søköbing museum. Derudover er der faktisk kun bronze-bogstaverne på facaden som indikerer at dette er et museum.



Søjlen til venstre for porten har for nylig fået tilføjet en solid skærm, som cirkulerer gennem flere forskellige skærbilleder. Det første annoncerer åbningstiderne, det næste fortæller at månedens særudstilling om det store juveltyveri i Søköbing anno 1923. Det tredje skærbillede informerer at næste måneds særudstilling kommer til at handle om arbejderbevægelsen. Det sidste skærbillede fortæller at man kan tjekke ind her med sin smartphone eller mobiltelefon. For smartphonen skal man slå bluetooth til, og holde den hen til søjlen; med en almindelig mobil skal man sende en sms.

Du er udstyret med en smartphone og din ven med en almindelig mobil, så i gør hver især som instrueret. Din ven modtager en sms-hilsen som velkomst med instrukser om hvordan han kan få yderlige informationer, og om den sms-quiz han kan deltage i på museet. For dit vedkommende, så får du en besked om at du nu befinder dig på museet, og om hvordan du kan bruge din smartphone til at få yderlige informationer om det I skal se – og hvordan du kan downloade den samme quiz som din ven må deltage i via sms.

I vælger at deltage sammen, på din mobiltelefon, og fortsætter i øvrigt op ad trapperne og ind gennem den store dobbeltdør som leder jer ind i en foyer.



Foyeren er minimalistisk. Til højre går en storslået trappe op mod 1. sal, og ret fremme hænger et meget mystisk aggregat. Det ligner nærmest et stort whiteboard, hvorpå er skrevet forskellige tidsaldrer; stenalder, bronzealder, jernalder, vikingetid, 1300, 1500, 1600, 1700, 1800 og 1900. Ved siden af hænger en skærm, som annoncerer en high-score liste. Fra et punkt ovenover tavlen hænger en række snore, som i den anden ende er forbundet med en række forskellige genstande som hænger ned fra kroge på begge sider af tavlen.

Til venstre åbner foyeren op til en lille museumsbutik, hvor en venligt smilende museumsansat byder jer velkommen.

I betaler den rimelige entre, og den museumsansatte giver jer en guide til museet, og forklarer at I kan spille spillet i foyeren før I går rundt på museet og igen bagefter, og at spillet derefter vil fortælle jer hvor meget historisk viden I har skaffet jer. Det lyder meget sjovt, så I går i gang.

Da I først har logget jer ind med jeres billetnr. og navn, viser spillet sig at være meget ligetil. Det handler blot om at tage genstandene fra krogene og placere dem på den periode I tror genstanden er fra. Når I er færdige beder I, via skærmen, computeren registrere jeres svar; det gør den, men giver ikke et resultat før I har flyttet alle genstandene tilbage til krogene ved siden af tavlen. Mens spillet ikke giver jer feedback på hvilke ting I fik rigtige, så giver den jer et generelt feedback. Det viser sig at I faktisk har en temmelig god historisk viden allerede.

Således opmuntrede, fortsætter I som brochuren foreslår, og går ind i det første rum gennem museumsbutikken.

1947 - MARSHALL-PLANEN

Til højre for døren danner en blødt kurvende væg et lille rum med to skærme hængt op, og med to høretelefoner til hver skærm. Lige frem åbner et stort vinduesparti sig ud imod museets have, og foran det står der fire stole, alle fire med et sæt høretelefoner ved siden af.

Til venstre er to monitrorer som står frit på gulvet, og efter et enkelt skridt frem spotter I en tredje montre til højre. En planche på den venstre væg har overskriften: Marshall-planen. Derudover er der et billede på hver sin side af det store panoramavindue. Til venstre er et sort/hvidt billede af en ung mand på måske 25. Til højre er et billede i farver af en midaldrende mand med borgmesterkæde. Sådan umiddelbart ligner de to mænd hinanden.



Den første montre til venstre trækker, så I går hen for at kigge nærmere på den. Den indeholder en lille model af sådan et landbrug som man tænker på når man tænker på Morten Korch. Et hestespand er ved at trække en højt læsset høvogn i hus, et andet hestespand trækker en vogn som ser ud til at være læsset med mælkeunger, og der er masser af mennesker på gården. Et lille skilt fremhæver at det er dansk landbrug før Marshall-planen.

Den næste montre viser det samme landbrug, men nu efter Marshall-planen. Hestene er skiftet ud med en traktor og mælkebilen er blevet motoriseret. Og der er ikke nær så mange mennesker involveret.

I montren til højre er et udsnit af en by, hvor nogle af bygningerne, køretøjerne og menneskene er farvede. De grønne repræsenterer bylivet før Marshall-planen, de røde repræsenterer tiden efter. Det er tydeligt at Marshall-planen tilførte Danmark noget tiltrængt kapital i efterkrigstiden, hvilket nogenlunde også er det som planchen på væggen pointerer. Samtidig med at den også binder Marshall-hjælpen sammen med Danmarks indtrædelse i NATO og samfundsudviklingen i efterkrigstiden.

Et nærmere eftersyn på billederne viser at der er små plancher nedenunder, som fortæller historien om Martin Hansen, der som ung mand regnede med at han skulle være

landarbejder, men som på grund af Marshall-hjælpen og den medfølgende mekanisering af landbruget måtte finde en anden karriere. Det gjorde han i Søkkøbing, hvor han blev en vellidt borgmester i 1970'erne.

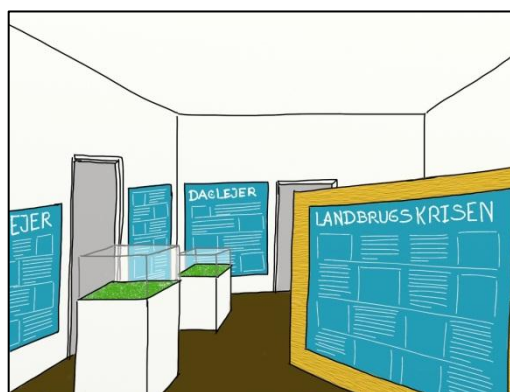
I sætter jer i stolene, både for at nyde udsigten, men også fordi I er nysgerrige. Det viser sig at det er udpluk af Martin Hansens historie, fortalt af manden selv, som kommer ud af høretelefonerne. Du mister hurtigt interessen, mens din ven gerne vil lytte lidt længere, så du beslutter dig for at kigge nærmere på skærmene på væggen hvor I kom ind.

Skærmene viser sig at give adgang til et lille spil, eller måske snarere en simulation, hvor du får lov til at vælge hvor meget Danmark får igennem Marshall-planen. Alle valg har dog konsekvenser i forhold til det internationale samarbejde, men du får lejligheden til at se hvad det ville have betydet for Danmark at få markant mere eller mindre hjælp.

Du mister interessen for at lege med tallene nogenlunde samtidig med at din ven har fået nok af Martin Hansen, og sammen lader I jer tiltrække af lyden af en auktionarius gennem den næste dør.

1818 – SELVEJERNES TVANGSAUKTIONER

Dette rum er, til forskel fra det forrige, uden vinduer. En skillevæg står på skrå og spærrer for jeres udsyn lige frem. Midt på væggen til venstre er en dør. To monitører står midt på gulvet til venstre for jer. Bag disse monitører annoncerer store plancher at den nærmeste handler om 'selvejerne', mens den længst væk, handler om 'daglejerne'. Skillevæggen foran jer er udstyret med store plancher om 'landbrugskrisen'.



Jeres brochure kan fortælle jer at omdrejningspunkter her er 1818.

Montren om selvejerne handler om livet på landet som selvejer før 1818, og planchen bagved fortæller både mere uddybende, men også om selvejeren Hans Sørensen som overtager faderens ejendom. Der bliver ikke lagt skjul på at på grund af krige i Europa, så er det rigtig godt at være landmand i Danmark, især når man ejer gården selv.

Den anden montre handler om at være daglejer efter 1818, og planchen bagved fortæller videre om Hans Sørensen som må sælge gården på tvangsauktion som mange andre selvejere på grund af landbrugskrisen.

Plancherne om landbrugskrisen forklarer både om de gode år, og om årsager og konsekvenser af krisen mere dybdegående end de andre plancher. Din ven er grundig og opdager at der på bagsiden af skillevæggen er en udstilling om forfatteren Karl Sørensen, som åbenbart er søn af Hans Sørensen, og som har skrevet om livet på landet for hans forældre.

Skillevæggen skjulte også at der var en dør direkte overfor den I kom ind ad.

Først nu går det op for jer at lydene af auktionarius forsvandt da I kom ind i rummet; til gengæld kan I høre lyde fra de næste rum. Der er en mumlen af mange stemmer bag den nye dør, og gennem døren I først så strømmer de muntre lyde af en bondegård med klukkende høns, vrinskende heste og brægende får.

Efter en konsultation af brochuren fortsætter I ind i rummet med lyde af en bondegård.

1733 – STAVNSBÅNDETS INDFØRELSE

Også i dette rum forsvinder lydene så snart I kommer ind, men det opfatter I dårligt, for foran jer åbner der sig et kæmpestort panoramavindue ud imod haven. Da I først får sundet jer over den udsigt, opdager I at rummet er indrettet lidt pudsigt. Til højre for døren er der opstillet en skillevæg som blokerer for udsigten. Der står fire magelige lænestole bag den, og på væggen hænger en skærm som spiller små videoklip. Igen er lænestolene udstyrede med høretelefoner.



Til venstre for døren står et rundt bord med stole. På bordet ligger en blanding af små indbundne bøger, laminerede og farvestrålende A4-ark, små hæfter og billeder. I bladrer lidt i de forskellige ting og opdager at det er forskellige historier om livet under stavnsbåndet, og ikke to af dem er helt ens. Der var åbenbart stor forskel på hvordan herremændene valgte at forvalte stavnsbåndet.

Lige frem er en grundplan af en fæstegård stillet op, vægge markeret med små vægge som er 10 cm. høje. Indenfor væggene er forskellige genstande udstillet, på og i piedestaler i plexiglas, så de ikke forstyrrer udsigten for meget.

Til højre for det store panoramavindue er et sæt plancher som fortæller om baggrunden for stavnsbåndets indførelse, mens plancher til venstre fortæller om livet på fæstegårdene som stavnsbonde.

Før I forlader rummet igen, tilbringer I lidt tid med at se de små film, for de er ret morsomme. Der er ingen tvivl om at det er amatører som har lavet filmene, men de er humoristiske og dramatiske og selv om de ikke på nogen måder giver sig ud for at være autentiske, så virker de alligevel troværdige.

I må tilbage igennem rummet om 1818 for at komme videre, så det gør I for at komme ind i rummet med de mumlende stemmer.

1648 – ADELENS MAGT

Dette rum er domineret af en stor montre i midten af rummet med et tableau ikke ulig (men dog noget større) end dukkehuset Titanias Palads⁹. Et skilt fortæller at det er tableauer fra Ørholm gods i 1648.

Til venstre for døren er et sæt plancher som fortæller om Grev Eberhard Broholt af Ørholm, udnævnt til rigsrådet i 1652, og den indflydelse som hans position som rigsrådsmedlem havde på Søköbing og omegns udvikling.



Lige frem er der på venstre side af vinduet plancher som fortæller om rigsrådet anno 1648, og til højre plancher om håndfæstningen og kroningen af Frederik d. 3.

Til højre for disse plancher, langs bagvæggen i rummet står et langt bord med stole og masser af læsestof. Et hurtigt gennemkig viser at det er læsestof om håndfæstningen af de danske konger, og giver mulighed for fx at sammenligne de forskellige håndfæstninger.

På den sidste væg, til højre for døren I kom ind ad er en oversigt over de privilegier som Søköbing og omegn nød på grund af det stærke rigsråd og Eberhards indflydelse.

I tilbringer lidt tid med at bladere rundt i de forskellige materialer om håndfæstningen, og kommer i tanke om quiz-spillet du downloadede til din telefon. Ved fælles hjælp får I svaret på alle spørgsmålene i de perioder som I indtil videre har dækket. Og selv om I må tilbage og kigge på nogle af de andre rum, så går det faktisk ret godt.

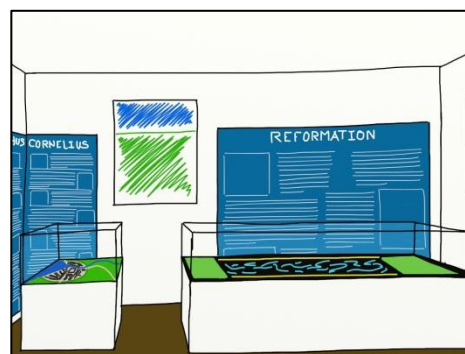
I forlader 1600-tallet og finder jer selv tilbage i foyeren, næsten lige overfor trappen ned til kælderen. Eftersom kælderen er næste stop, går I ned ad trappen.

For foden af trappen finder I jer selv i en korridor. Næsten lige overfor trappen er en dør, og ud af døren strømmer lyde fra en handelsplads. Løkket mere af dem end af de milde naturlyde som kommer fra en dør næsten i den anden ende af korridoren, går I den vej.

1533 – KØBSTADENS FØDSEL

I kommer ind i et rektangulært rum som domineres af en montre overfor døren og et bord i den anden ende. En dobbeltdør fører ind i det næste rum, hvorfra flyder milde toner af munkesang.

På væggen til venstre for jer beskriver et sæt plancher transformationen fra by til købstad. Montren foran jer viser et tableau af Søköbing i 1533, og det får I lidt tid til at gå med at stå og kigge på og identificere



⁹ Stort og berømt dukkehus som for tiden udstilles på Egeskov Slot.

sporene af det gamle Søköbing i den nutidige by. Der er overraskende mange, men I har aldrig tænkt over dem.

Overfor døren hænger et sæt plancher som fortæller historien om det gamle stenhus i Søköbing, og om handelsmanden Cornelius som rejste til kongen for at sikre købstadsprivilegier til Søköbing.

På den anden side af vinduet på samme væg fortæller et sæt plancher om reformationen og hvad den betød for Søköbing og omegn.

Det store bord viser sig at være noget som nogenlunde svarer til Marshall-spillet i den første udstilling. Her er det muligt at lege med de forskellige privilegier som Søköbing fik tildelt som købstad, men mere spil-præget. To spillere kan spille fra hver sin ende af bordet, og hver især styre en by. Først må I kæmpe om at få tildelt købstadsprivilegier, og dernæst må I arbejde på at få den mest succesfulde by, hvilket ikke er let, hvis man ikke opnåede købstads-status. Her fornægter dine erfaringer med strategispil sig ikke, og du vinder relativt hurtigt det ca. 15 minutter lange spil.

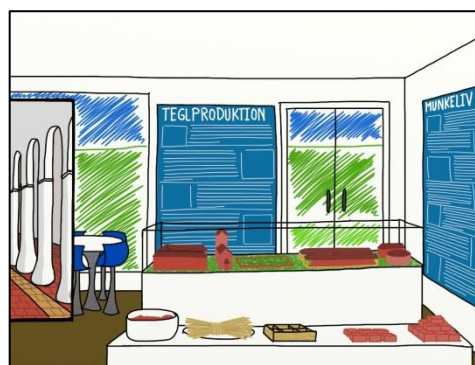
På væggen til højre for spillet hænger en række skærme som reklamerer med at de viser forskellige film. I prøver jer lidt frem, og ser et par film. Den første handler om forskellen mellem by og købstad, og sammenligner det med en nutidig by. Den anden I ser er en dramatiseret (men som i udstillingen om stavnsbåndet) tydeligt amatøragtig version af Cornelius' besøg hos kongen.

Mættede af disse indtryk fortsætter I ind i det næste rum, hvor lyden af munkesang lokker jer.

1333 – VEJBØL KLOSTER

Umiddelbart overfor den store dobbeltdør er en skillevæg med en trompe l'oeil som giver illusionen af at I befinder jer i en stor kirke.

Til højre er et aflangt, smalt bord fyldt med forskellige genstande, og det tiltrækker sig jeres opmærksomhed først og fremmest. Det viser sig at være en repræsentation af teglproduktion anno 1333, og I kan selv få lov til at lege med de forskellige elementer, forme jeres egne tegl i modellervoks, og se hvordan teglen brændes. Det får I lidt tid til at gå med, og må til sidst hen og vaske hænderne i den til formålet ophængte vask på væggen.



Til højre for teglproduktionen er væggen fyldt af plancher som beskriver Vejbøl Klosters dramatiske historie. Fra klostrets grundlæggelse af Benediktinerne i 1100-tallet, til dets forfald og Franciskanernes overtagelse af det næsten ruinagtige kloster i 1333, og hvordan Franciskanerne genopbyggede klostret og den tilhørende teglproduktion, og hvad dette teglværk og Franciskanernes generøsitet betød for byggestilen i området.

Til venstre for teglproduktionen er en stor montre som viser en model af klostret som det så ud i 1333 og af teglværket som var tilknyttet. På væggen ved siden af er plancher som beskriver Franciskaner-munkenes liv i klostret.

Det sidste hjørne af rummet er et lille café-hjørne med to borde og en overflod af læsestof om de forskellige tider og emner som museet dækker. I køber en kop kaffe og slår jer ned for dels at nyde udsigten gennem det store vindue, dels for at bladre og pluklæse i det materiale som ligger fremme.

Da I har fået læst jer mætte besvarer I quizzen for de to sidste rum, og fortsætter gennem døren for enden af teglproduktionen ind i rummet ved siden af, draget af lyde af hamre mod ambolte og sværds slag.

800 – JERNALDER TIL VIKINGETID

Det første I bemærker, er en stor skærm på væggen, to rækker stole foran og en række knapper under skærmen. Da I er de eneste i rummet, beslutter I jer for at kigge nærmere på det først.

Knapperne viser sig at henvise til en række små film om jernalderen og vikingetiden. Om skibsbyggeri og jernmalm og livet i landsbyerne. Dertil kommer en enkelt film om udgravningerne ved Fosdalen. I ser et par af filmene før I igen kigger jer omkring i rummet.



Det ene hjørne er dedikeret til jernalderen, og en montre viser, ud over fund fra jernalderlandsbyen, et billede af hvordan Fosdal-landsbyen så ud i jernalderen. Det modsatte hjørne handler om vikingetiden, med en tilsvarende montre.

Det viser sig at de to landsbyer var adskilt af bare 100 meter og 100 år, men den ene tilhørte klart jernalderen, mens vikingelandsbyen viste tydelige tegn på at beboerne har tilsluttet sig den livlige handel op og ned ad de russiske floder. Ja, der er fund af genstande som stammer helt fra Byzans.

Det kommer ikke som en overraskelse for dig at vikingerne var primært handelsfolk, men det gør det for din ven, som tilbringer ret lang tid med at læse om vikingerne. Du dedikerer derimod din tid til jernalderen som du altid har undret dig over.

Til sidst lader I de milde toner af natur lokke jer videre gennem den næste dør.

STENALDER OG BRONZEALDER

Den sidste udstilling handler om stenalderen og bronzealderen. Rummet indeholder tre montere som står frit på gulvet og væggene er nærmest dækket af plancher. Det nærmeste hjørne er dedikeret til en historie om drengen Tyr som passer køerne for den bronzealderlandsby hvor han bor. Samtidig flettes historier om den europæiske samhandel i bronzealderen, krig og fred, religion og så videre ind i historien. Den nærmeste montre viser landsbyen hvor Tyr bor.



Det fjerneste hjørne er dedikeret til pigen Odder, som i bondestenalderen bor i en landsby tæt op af det som montren beskriver som en 'Sarup-plads', en rituel plads omkranset af træpalisader, hvor to bække mødes. Plancherne på væggen fortæller om Odders liv i landsbyen, om kulturen og om Sarup-pladserne som man kender fra store dele af Europa i stenalderen, og som stadig er ret mystiske.

Montren i midten indeholder forskellige genstande fra stenalderen og bronzealderen som er fundet i kommunen. Fordi de ligger ved siden af hinanden er det let at sammenligne og kontrastere dem.

Bag montren er et levende stemningsbillede, hvor lyset hele tiden ændrer sig; et godt og nærmest hypnotisk valg i et rum der ikke har noget vindue og dermed ikke noget naturligt lys.

På den sidste, lange væg mellem de to døre hænger plancher som fortæller om de store grave, om gravhøje fra stenalderen og bronzealderen og om andre, mindre kendte gravskikke.

I tilbringer en del tid med at gå rundt og læse, men I er efterhånden ved at være trætte og godt klar over at der er en hel etage mere som I endnu ikke har set, så I forlader den sidste udstilling i kælderen og går op ad trapperne til 1. sal.

På 1. sal er der tre døre: en ind til mindestuen for Karl Sørensen, en ind til særudstillingen om juveltyveriet i 1923, og den sidste dør fører ind til en udstilling om udgravninger.

Du har altid været interesseret i arkæologernes tekniske arbejde, så I vælger at starte med udstillingen om udgravninger.

UDGRAVNINGER

Den første overraskelse er en sandkasse. Midt på gulvet. Ved nærmere eftersyn viser det sig dog at være et udgravningsfelt, hvor man kan prøve at udføre nogle af de ting som plancherne bag fortæller om; nemlig hvordan arkæologer udgraver historiske genstande. Du giver dig i kast med at lege, sætte snore op, tegne og bruge børsten til forsigtigt at fjerne sandet for at komme ned til det der er i bunden af sandkassen. Dernede finder du et skelet af et dyr. Du bliver enig med din kammerat om at det nok er en hund. Skelettet sidder fast i bunden af sandkassen, og du dækker det til igen før du forlader det. Andre skal også have fornøjelsen af selv at udgrave.

I den anden ende af rummet er en udstilling som handler om de udgravninger som museet for øjeblikket er i gang med. Den er sat op, dels med et kort over kommunen som viser igangværende udgravninger, farvekodede så det er let at se hvor man som almindelig borger kan komme og se udgravningen, og hvor man ikke må. Der er billed- og video-rapporter fra de igangværende udgravninger, hvor arkæologerne viser og fortæller hvad de finder, eller ikke finder. Og der er spørgsmål og svar, med mulighed for selv at skrive nye spørgsmål til arkæologerne i felten; spørgsmål og svar som også kan findes på museets hjemmeside, hvor en stor del af dette indhold i øvrigt også kan findes.

Du får en del tid til at gå i denne udstilling, mens din ven stilfærdigt vandrer videre til særudstillingen som også bliver dit næste stop.

SÆRUDSTILLINGEN

Særudstillingen er præget af løse skillevægge, mange skærme og har i det hele taget et noget mere afslappet og midlertidigt udseende end resten af museet. Det giver mening i forhold til at der kommer en ny hver måned, og det giver en sjov kontrast.

Månedens særudstilling handler om det store juvelkup i 1923, og udstillingen er fyldt med billeder af smykker, avisartikler fra tiden omkring kuppet, henvisninger til andre større røverier i området, og spekulationer om hvor byttet blev af. Et hjørne af udstillingen er forvandlet til en mock-up af juveleren anno 1923, og de besøgende opfordres til at genskabe røveriet. Det skal selvfølgelig prøves, og selv om ”butikken” består af trækasser og tomme rammer, så har I det faktisk meget sjovt med at lege juveltyve.

MINDESTUEN

Den sidste udstilling er mindestuen som er en stue museet i sin tid fik forærende i sin helhed fra forfatteren Karl Sørensen's bo efter hans død. En større del af rummet er spærret af med plexiglas, men en del af rummet er åbnet op med stole i samme stil, og et lille bord med bøger af Karl Sørensen. Samtidig er der opstillet en skærm, hvor de besøgende kan se udpluk af en film om Karl Sørensen som blev produceret af DR i 80'erne.

Mætte og trætte af indtryk returnerer I ned ad trappen til foyeren, hvor I igen spiller spillet. Denne gang får I rent faktisk at vide hvilke svar er rigtige og forkerte, men I har nu ikke mange forkerte. I har lært en del på jeres tur rundt på museet.

Med de sidste spørgsmål i quizen på mobiltelefonen besvaret får I en lille præmie som kan afhentes i museumsbutikken. Det viser sig at være en lille folder med kort over det historiske Søkkøbing, fra 1533 til i dag. Samtidig får du en kode til din mobiltelefon, hvor du kan downloade al den ekstra information som du ikke har hentet på din tur rundt på museet. Det er næsten en hel lille bog med ekstramateriale.

Jeres besøg på museet er slut for denne gang, men I er begge to enige om at I har andre venner og familiemedlemmer som helt sikkert også skal opleve det nye Søkkøbing museum.

TEST

Formålet med testen er at undersøge om et koncept fremstillet på baggrund af min model for didaktisk oplevelsesdesign kan fungere. Den er at betragte som en udviklingstest, som skal give indikationer af om de valg som undervejs træffes på baggrund af teorien virker i forhold til en varieret målgruppe. Derfor er metoden ikke så stringent, da formålet primært er at indikere om modellen er interessant nok til at være eventuel nærmere forskning på området værd. Derfor vil jeg først og fremmest se på hvilken metode jeg kan bruge til dette formål. Dernæst vil jeg beskrive testen, og endelig vil jeg beskrive de resultater jeg har fået ud af testen.

METODEVALG

Jeg har overvejet forskellige testmetoder undervejs. Jeg vil her kort komme ind på et par stykker af dem, og de overvejelser som har været udslagsgivende i forhold til mit valg. Dernæst vil jeg beskrive den testform jeg har valgt, og hvorfor.

FOKUSGRUPPEINTERVIEW

Jeg overvejede tidligt i processen at bruge fokusgruppeinterview, da det er en metode som giver meget grundige, kvalitative resultater. Ulemperne ved fokusgruppeinterviewet i forhold til denne test blev dog hurtigt klare.

For det første fungerer et fokusgruppeinterview bedst enten meget tidligt i udviklingsprocessen, eller meget sent, når man har et næsten færdigt produkt. For det andet er det, som jeg ser det, uhyre svært at få et fornuftigt resultat ud af en fokusgruppe, når det drejer sig om et koncept som dækker over et helt museum.

Skulle jeg teste min model for didaktisk oplevelsesdesign direkte på museumsansatte, ville et eller flere fokusgruppeinterviews til gengæld have været perfekte. Men da jeg tester effekten af modellen med et koncept dannet ud fra modellen traf jeg forholdsvis tidligt den beslutning at et fokusgruppeinterview enten ville blive så overfladisk at det i realiteten blev ubrugeligt, eller at det ville blive så omfattende at det skulle forløbe over flere dage, noget som ligger ud over de ressourcer og den tid jeg har til rådighed.

FIELD GUIDE FOR THE EXPERIENCE ECONOMY

Jeg overvejede at bruge en af metoderne fra Pine og Gilmore (2005). Problemet med disse metoder er dog at de i vid udstrækning retter sig mod allerede eksisterende oplevelser og kvantificeringen af disse oplevelser. Samtidig er det min opfattelse at de er meget subjektive, både i deres funktion og i de resultater man får ud af dem, og jeg betragter dem derfor som relativt løse tests som primært kan bruges til at få et hurtigt overblik over en oplevelse.

TÆNKE-HØJT-TEST

Jeg havde tænkt mig at tage udgangspunkt i en testform som er velkendt i usability-tests af hjemmesider, nemlig tænke-højt-testen (Gregersen og Wisler-Poulsen, 2009. s. 97 ff.). Den går i al sin enkelhed ud på at deltagerne skal tænke højt mens de bruger hjemmesiden.

Jeg har dels haft gode erfaringer med at eksemplificere mit koncept med en hjemmeside; dels fordi jeg betragter den, i kombination med et program som kan optage skærbilledet som

video og et efterfølgende spørgeskema, som en forholdsvis afrundet testmetode som både giver tanker undervejs, faktiske handlinger og efterfølgende rationaliseringer.

En sådan test er dog relativt dyr at gennemføre, og jeg valgte derfor en alternativ metode.

SPØRGESKEMA

Jeg endte med at vælge spørgeskema-metoden (ibid. s. 50 ff.) med nogle ændringer i forhold til et klassisk spørgeskema. For det første har jeg begrænset antallet af lukkede svarmuligheder, og har i stedet fokuseret på at stille åbne spørgsmål for at give testpersonerne mulighed for at svare åbent.

For det andet har jeg indbygget spørgsmål undervejs i testen, således at testpersonerne får lejlighed til at komme med deres kommentarer til hver udstilling. Dette betyder også at jeg får en mere umiddelbar reaktion på de individuelle udstillinger.

For det andet har jeg opstillet et afsluttende spørgeskema som i samme stil stiller primært åbne spørgsmål. Dette har jeg gjort som et forsøg på at få et mere kvalitativt resultat, men også for at få mine testpersoners ærlige mening, snarere end en der er passet ned i kasser jeg har designet.

Jeg er klar over at denne testmetode ikke er ideel, men jeg har fået svar fra flere forskellige mennesker end jeg ville have fået med en fuldt kontrolleret test. Denne varians i testpersonerne mener jeg er vigtig, da museerne principielt henvender sig til hele Danmarks befolkning. Derfor er det også vigtigt at finde ud af hvordan et koncept designet på baggrund af modellen fungerer på en varieret gruppe for at kunne bedømme metodens brugbarhed.

TESTBESKRIVELSE

På baggrund af det ovenstående tager jeg udgangspunkt i en spørgeskema-model.

Selve konceptbeskrivelsen indbygger jeg i en hjemmeside-struktur. Både for at kunne inkludere grafik som kan illustrere nogle af de elementer konceptet indeholder, men også for at give testpersonerne en vis grad af frihed til selv at bevæge sig rundt.

Jeg indlægger portaler mellem de enkelte udstillinger som opfordrer testpersonerne til at svare på to spørgsmål før de fortsætter til næste udstilling. For det første får de en drop-down menu, hvor de kan vælge det de synes har været det bedste ved udstillingen de kommer fra; for det andet får de et åbent spørgsmål som opfordrer dem til at skrive de tanker de har om udstillingen. Jeg har bevidst valgt at det skal være frivilligt at svare på spørgsmålene, da det er min klare opfattelse at tvang kun vil svække validiteten af de resultater jeg får. Derfor har jeg også indlagt en mulighed for at testpersonen kan gå direkte videre til den næste udstilling.

Endelig har jeg i slutningen af konceptet lagt et større spørgeskema som primært fokuserer på den oplevelse som testpersonerne tror de vil kunne få ud af mit koncept, og den oplevelse de er vant til at få på de museer de kender.

Det har været vigtigt for mig at forsøge at designe en test-hjemmeside som i videst mulig udstrækning er nem at bruge for internet-vante testpersoner, da den skulle lægges ud på min hjemmeside. Ideelt set skulle jeg have testet testens usability i forhold til ting som navigation og forståelse, men da tiden ikke rakte til en grundigere test sendte jeg den af sted til to

testpersoner som var venlige nok til både at svare på testen og samtidig svare tilbage om de problemer de oplevede i forhold til testens funktionalitet.

Det er usandsynligt at disse to har fanget alle de problemer som mine testpersoner har kunnet løbe ind i, men det er min overbevisning at de har fundet de fleste.

Den endelige test kan findes på <http://alk-andersen.dk/test/>

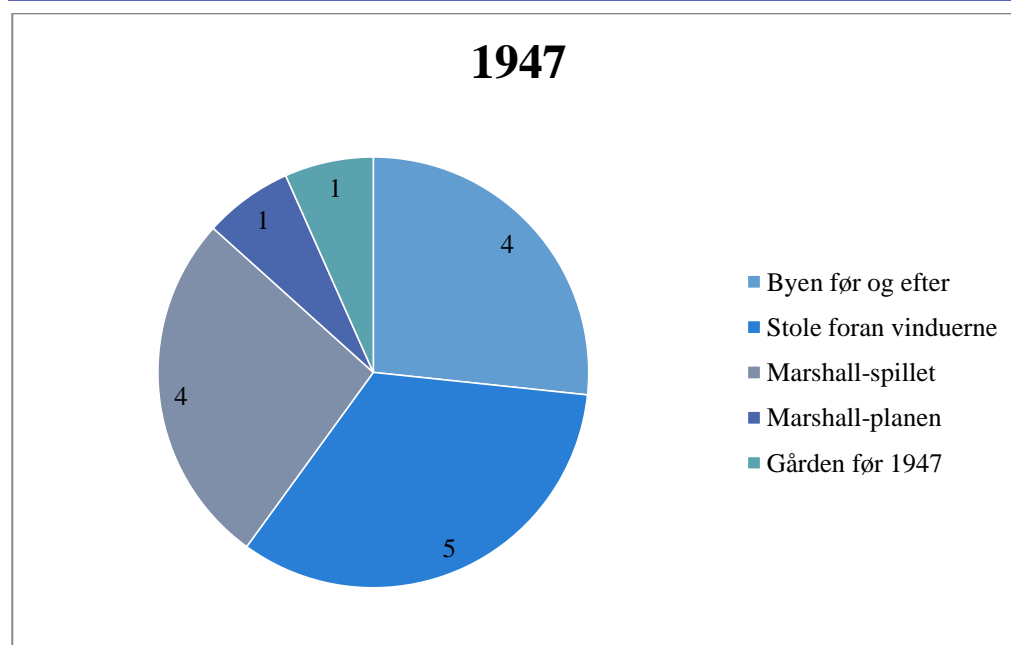
TESTRESULTATER

11 testpersoner har valgt at svare på spørgeskemaerne undervejs, mens syv har svaret på det afsluttede spørgeskema. Ud af de syv var de fire i den primære målgruppe til konceptet; nemlig mellem 25 og 40, mens de resterende tre var mellem 40 og 60.

Responsen på konceptet har været overvejende positiv. De mest negative kommentarer er gået på testens format; manglende billeder, ulæselig tekst og at det var svært at finde rundt.

En fuldkommen oversigt over svarene ligger som bilag 1; her vil jeg uddrage de elementer som jeg mener er særligt relevante for det videre arbejde med konceptet og modellen. Først og fremmest for de enkelte udstillinger, dernæst de ting som gør sig gældende på tværs af hele konceptet, og endelig det afsluttende spørgeskema.

MARSHALL-PLANEN 1947



Som det ses var især tre elementer særligt populære blandt testdeltagerne. Det drejer sig om byen før og efter, som blandt andet fik kommentarer som:

"Synes den meget pædagogiske opstilling i før og efter med farvekoder er godt tænkt. Både børn og voksne kan få glæde heraf."

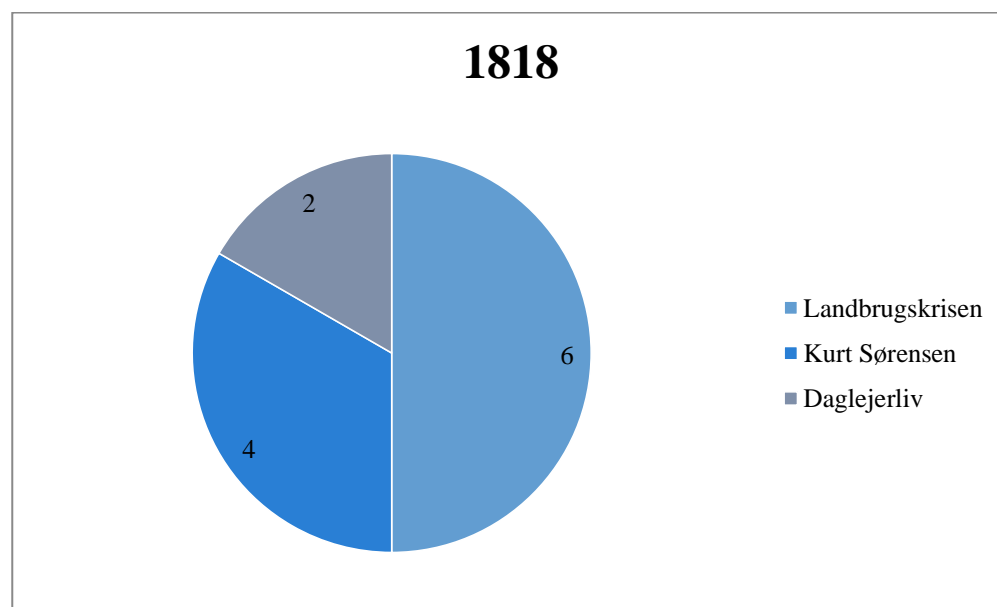
Marshall-spillet fik også positive kommentarer, blandt andet:

Jeg mener at et spil er med til at gøre en fortælling levende. Samtidigt mener jeg, at spil kan styrke indlæringen af historiske elementer til såvel børn som voksne. Ren tekst kan også hurtigt blive kedeligt ift. aktiviteter

Det mest populære indslag i udstillingen var dog, til min overraskelse, stolene foran vinduerne, hvor en kommenterer:

Lyder spændende - jeg kan især godt lide, at der fortælles en personlig historie, mens man sidder i fred og ro og kigger på naturen

SELVEJERNES TVANGSAUKTIONER 1818

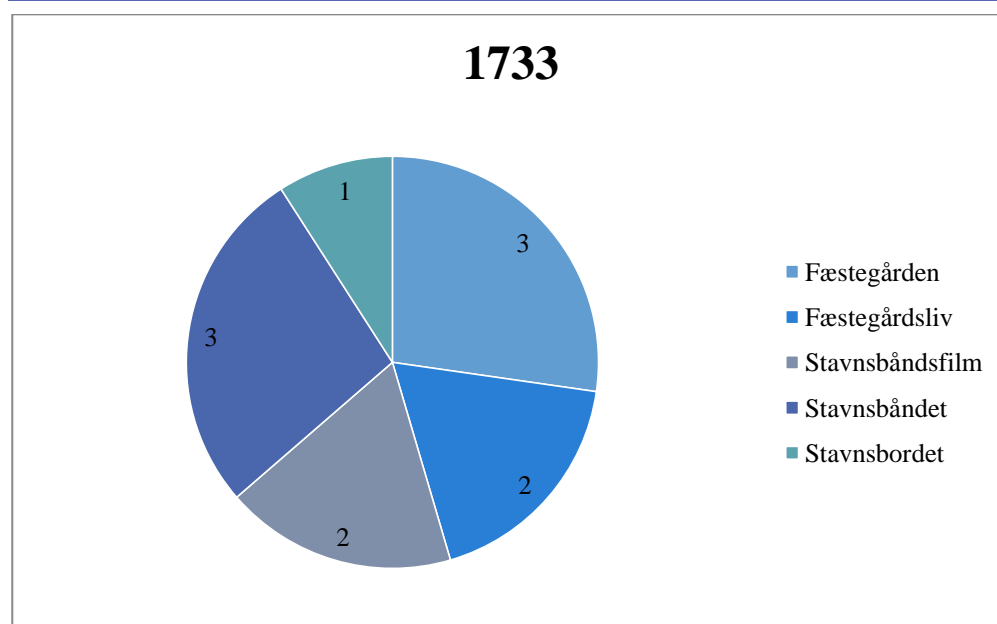


12 ud af de 15 respondenter besvarede spørgeskemaet i forbindelse med landbrugskrisen og selvejernes tvangsauktioner i 1818.

Halvdelen fremhæver informationerne om landbrugskrisen som det de synes bedst om, mens 4 ud af de 12 fremhæver Kurt Sørensen.

En del af respondenterne reflekterer over sammenhængen mellem landbrugskrisen og den nuværende finanskrise, hvilket var en del af tanken bag denne udstilling. Ganske mange fremhævede den megen tekst, og ønskede sig noget mere interaktivt. Et par stykker fremhæver det positive i at have en personlig historie som introduceres med Kurt Sørensen.

STAVNSBÅNDETS INDFØRELSE 1733

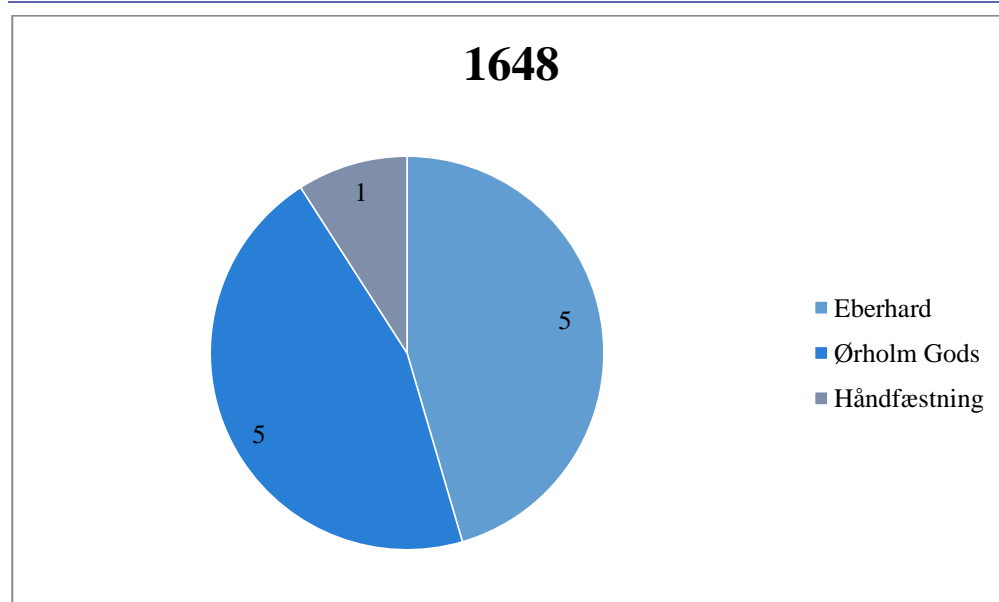


12 ud af de 15 respondenter besvarede spørgsmålene i forbindelse med stavnsbåndets indførelse i 1733.

Her er billedet noget mere spredt. Fæstegårdsudstillingen og stavnsbåndet fremhæves hver af 3 respondenter, mens stavnsbåndsfilmene og plancherne om fæstegårdslivet fremhæves af 2 respondenter hver.

Af generelle tanker skal fremhæves at der ikke er nok interaktivitet. En enkelt fremhæver blandingen af model og tekst som noget positivt. De respondenter som fremhæver filmene mener at det er en god idé med amatører.

HÅNDFÆSTNINGEN 1648

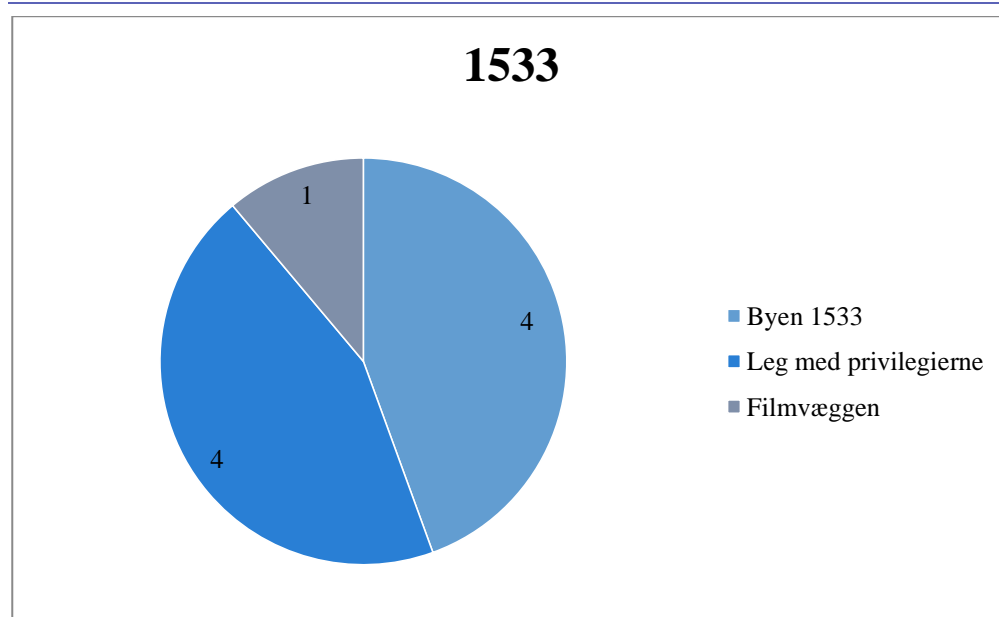


Dette spørgeskema er besvaret af 11 ud af de 15 respondenter.

Her er det tydeligt at historien om Eberhard og udstillingen af en stue på Ørholm Gods er de mest populære blandt respondenterne.

Flere nævner at det igen er en ret kedelig og teksttung udstilling som mangler et rigtigt interaktivt element. Håndfæstningsbordet nævner flere at de aldrig ville bruge.

KØBSTADEN 1533



Kun 9 ud af de 15 respondenter besvarede spørgsmålene omkring Købstadens grundlæggelse i 1533.

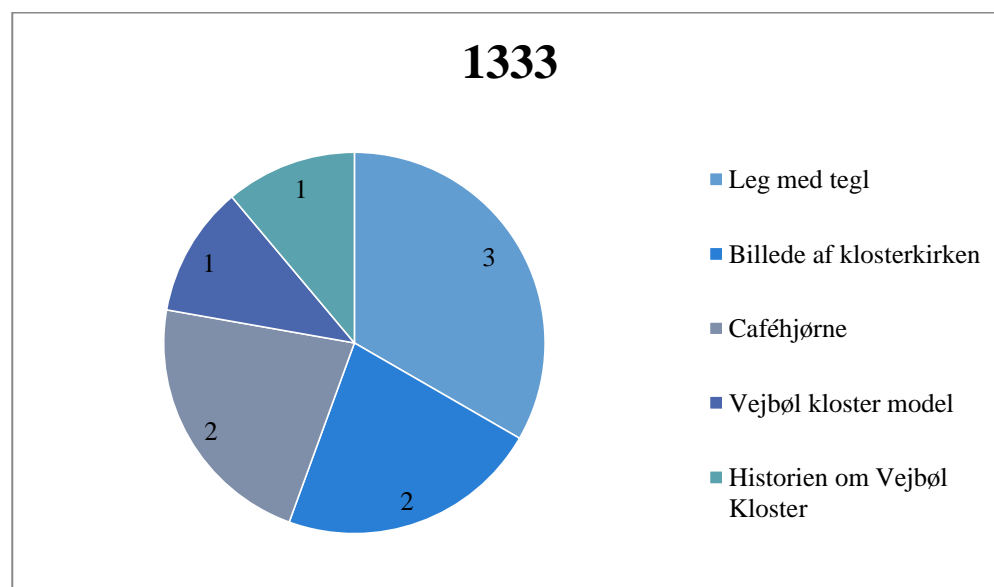
Her er der et tydeligt fokus på to dele af udstillingen: leg med privilegierne og montren som viser byen anno 1533.

En enkelt af respondenterne nævner her at hun er blevet irriteret over at plancherne i testen ikke kan læses, og konkluderer at konceptet må virke eftersom hun gerne ville læse mere (svar 6).

Generelt er respondenterne positive overfor modellen fordi det er spændende at se hvordan byen har udviklet sig. Hvad angår spillet 'leg med privilegierne', så nævner flere at de godt kan lide tanken om et lille spil.

En enkelt nævner at planchen om reformationen ikke rigtig hører hjemme i denne udstilling.

VEJBØL KLOSTER 1333



9 ud af 15 respondenter har svaret på spørgsmålene omkring Vejebøl Kloster.

Som det ses ud af grafen har Leg med tegl været det absolut mest populære, men også caféhjørnet og, lidt overraskende, billedet af klosterkirken har været populære.

De fleste respondenter mener at leg med tegl vil være et hit, især blandt børnene, men mindst én af respondenterne ville selv give sig i kast med at producere teglsten.

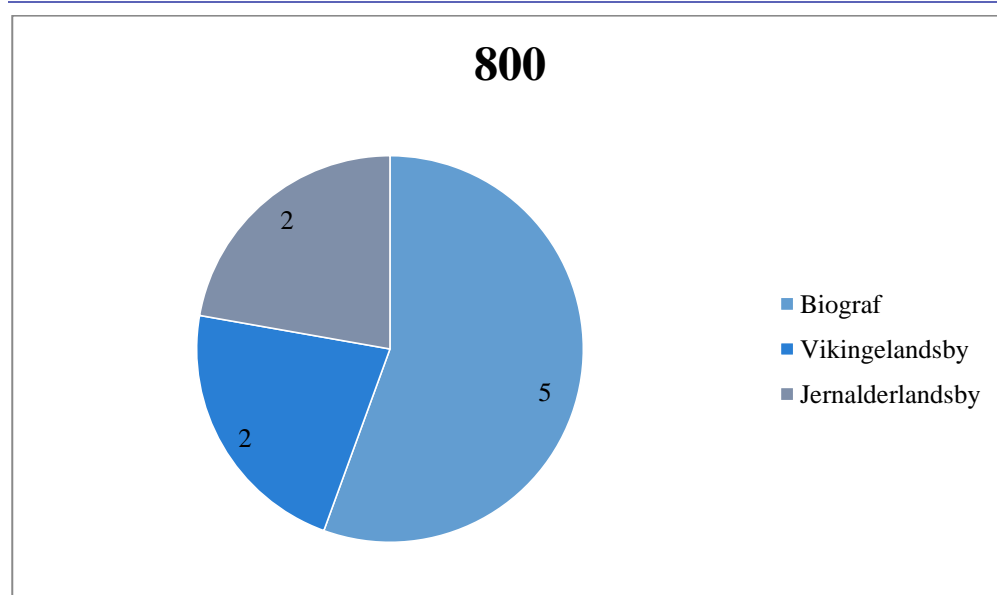
En af respondenterne kommer med en mulig forklaring på hvorfor billedet af klosterkirken er overraskende populært:

Fedt at der var det store maleri af kirken, så man ligesom kunne fornemme størrelsen og følelsen af at "være der". (1333, svar 9)

Endelig kom en enkelt respondent med denne korte, fyndige grund til at vælge caféhjørnet som det bedste indslag:

Ikke for tidligt med en kaffepause. (1333, svar 8)

JERNALDER/VIKINGETID 800



9 ud af de 15 respondenter har svaret på spørgsmålene omkring 800-tallet.

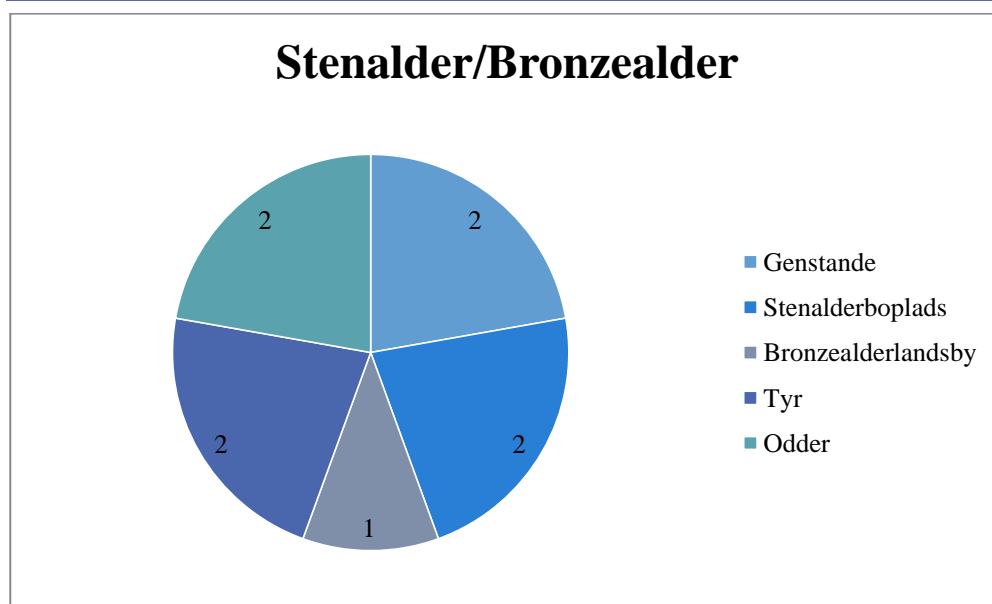
Langt hovedparten har valgt biografen som det de synes bedst om, men mens nogle af respondenterne nævner at det første de ville gøre var at sætte sig ned og se filmene, har andre den holdning at de ikke vil se filmene.

En enkelt fremhæver QR-koden hvor man kan komme på en prøvesejlads med vikingskibet (svar 3), men ellers fremhæves især landsbymodellerne.

En enkelt nævner at det er:

Dejligt med individuelle høretelefoner, så andre ikke bliver forstyrret. (Svar 8)

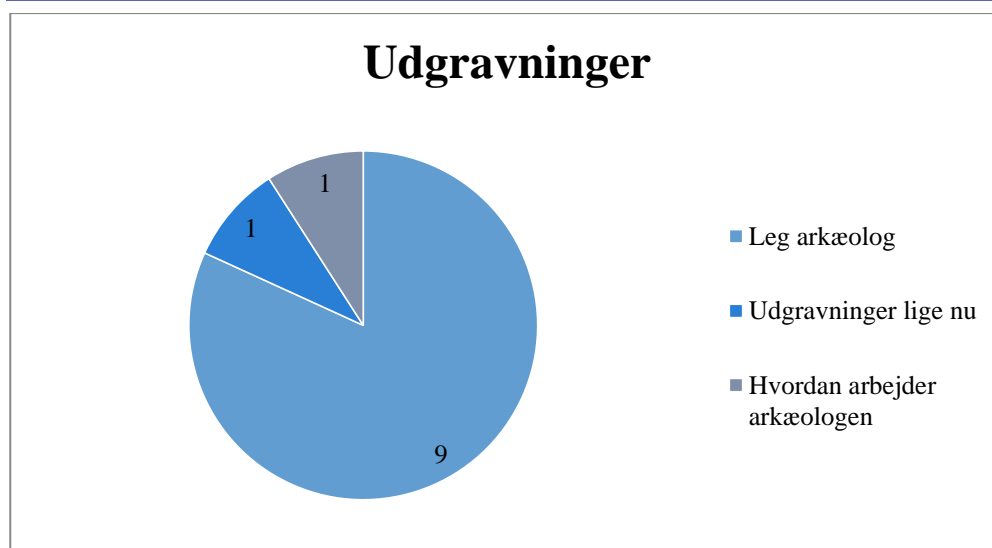
STENALDER/BRONZEALDER



9 ud af de 15 respondenter svarede på spørgsmålene om udstillingen om Stenalder/bronzealder. Favoritterne i udstillingen er nogenlunde jævnt fordelt.

To respondenter kommenterer på at der er godt med ting man kan røre ved (svar 3 og 8), mens tre (svar 5, 6 og 9) synes bedst om de personlige historier om Tyr og Odder.

UDGRAVNINGER



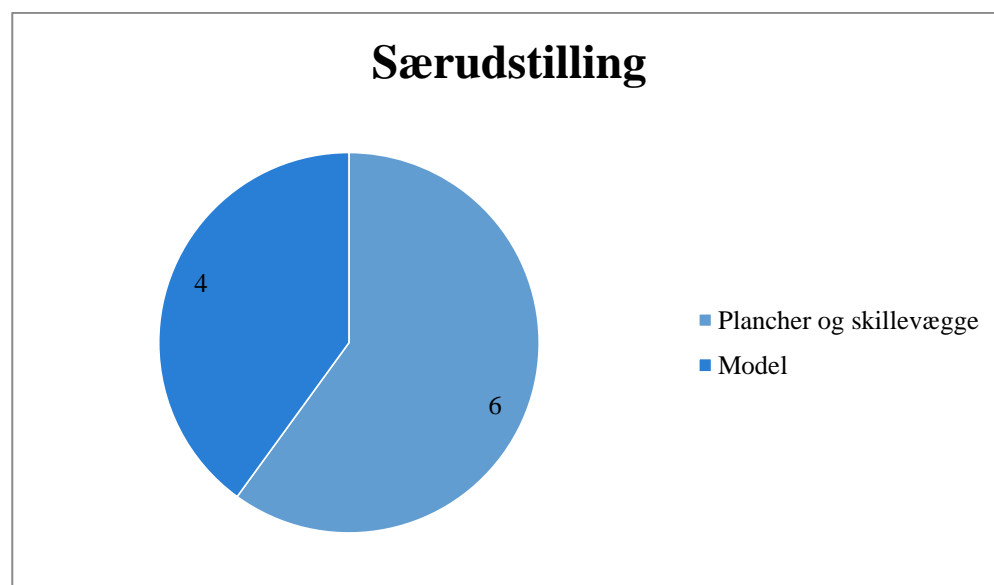
11 respondenter ud af de 15 har valgt at svare i denne udstilling. Ikke overraskende er muligheden for at lege arkæolog den mest populære i udstillingen.

To af respondenterne kommenterer på funktionaliteten af en sandkasse indendørs (svar 1 og 6), mens en enkelt siger det følgende:

Se det var spændende! Her ville jeg guffe det hele i mig - og jeg har næsten helt lyst til at besøge museet alene for dette. (svar 5)

En enkelt fremhæver muligheden for at se de dagsaktuelle udgravninger som noget mange lokale nok vil sætte pris på (svar 1).

SÆRUDSTILLING



Særudstillingen har fået 10 ud af de 15 mulige svar.

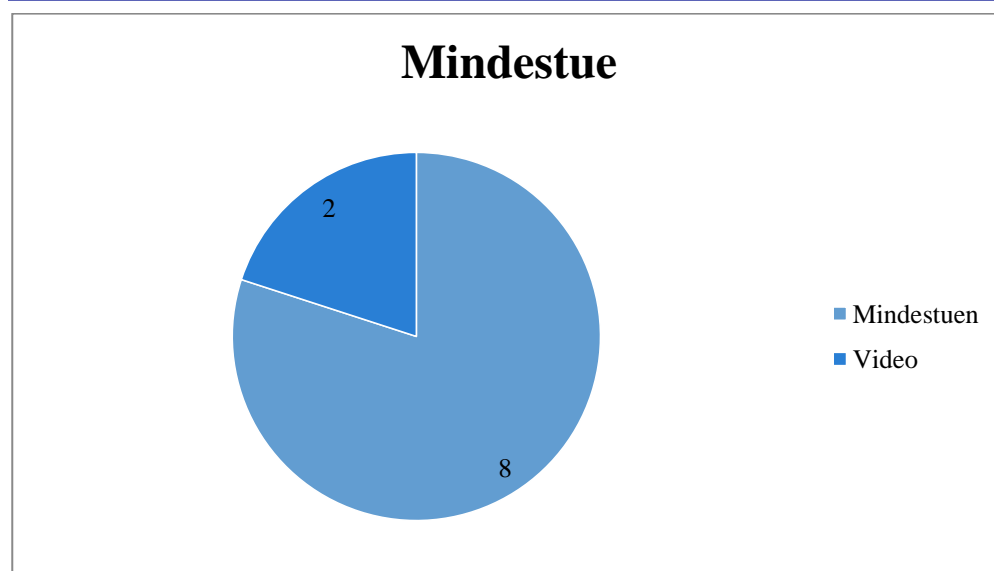
Det mest populære element er plancherne og skillevæggene. Her fremhæver respondenterne at man går i dybden (svar 5) og det autentiske i avisudklippene (svar 6). Tre respondenter svarer direkte at de ikke ville bruge modellen til at 'lege røver/indehaver' (svar 9), dog mener to at det kunne være sjovt for børnene.

En enkelt siger det følgende om modellen:

Jeg synes at det er spændende at involvere gæsterne og hvem har ikke lyst til at forsøge sig som juveltyv, når konsekvenserne udebliver. (svar 3)

En enkelt spørger om historien ikke kunne fortælles på en anden måde end gennem plancher (svar 2).

MINDESTUE



Mindestuen fik 10 ud af 15 mulige besvarelser.

Til min overraskelse var hovedparten mest begejstrede for mindestuen i stedet for videoen.

En enkelt respondent fortæller hvorfor:

Videoen ignorerer jeg, da jeg hellere vil se den hjemme (svar 7)

En af respondenterne giver følgende forklaring på hvorfor hun foretrækker mindestuen:

Jeg kan godt lide at se/være i mindestuer. Man får følelsen af at være i den tid. Og det er nemmere at fornemme personen. (svar 9)

GENERELLE OBSERVATIONER

Én af testpersonerne gør opmærksom på problemet i at være museumsgæst uden en smartphone til at aflæse QR-koderne diverse steder, og hvor frustrerende det ville være at være lukket ude fra en del af oplevelsen. Andre fremhæver til gengæld QR-kodernes anvendelighed i at tage information med hjem.

En anden testperson har haft problemer med selve testens udformning og det faktum at der ikke var inkluderet billeder alle steder, og at teksten på plancherne var volapyk. Dette havde gjort hende usikker på om der var noget galt med hendes adgang, hvilket naturligvis ikke er acceptabelt.

AFSLUTTENDE SPØRGESKEMA

Kun 7 respondenter ud af de 15 besvarede det afsluttende spørgeskema. En del af grunden har uden tvivl været testformen, da mange er stoppet før de overhovedet nåede til det afsluttende spørgeskema. Alligevel mener jeg de svar de resterende respondenter har givet siger noget generelt om hvordan respondenterne er vant til at bruge museer og har opfattet mit koncept.

Generelt går respondenterne 'sjældent' på museum. De der sætter antal på siger 1-3 gange om året. Af årsager til museumsbesøg nævnes generelt for at opleve noget og for at lære noget nyt.

Respondenterne beskriver museer som generelt kedelige. En enkelt nævner at kunstmuseer er flotte og indbydende som kontrast til de lokalhistoriske museer som kan være for lokale og kedelige. En anden nævner at de er oplysende. Endelig nævner to at det kan være svært at absorbere al den information som museer generelt stiller til rådighed.

På spørgsmålet om hvordan respondenterne vil sammenligne de museer de kender med konceptet svarer flere at det ligner, men er 'anderledes'. Brugen af flere sanser i udstillingerne nævnes af flere som en godt element, og en nævner at det er 'dejligt at der sker så meget forskelligt (svar 4).

Når det kommer til at beskrive den oplevelse som konceptet kan give fremhæves især aktiveringen af de besøgende og muligheden for selv at vælge. En af respondenterne (svar 1) svarer 'lidt over middel, da der mangler flere involveringsmuligheder frem for store og mange plancher'. En anden (svar 2) mener: 'mest kedelig, men der er nogle elementer, som kunne vække en ægte interesse i mig'.

Respondenterne mente generelt at det ville være lettere at lære på baggrund af konceptet; dog siger de relativt samstemmende at der godt kunne være flere interaktive elementer i udstillingen.

Flere af respondenterne savner mere interaktivitet i konceptet, en enkelt ønsker sig en café hvor man kunne tale om oplevelsen bagefter og en synes et udendørsområde kunne være en god idé.

Respondenterne fremhæver en bred vifte som det bedste ved konceptet. Leg, spil, involvering, lyde, QR-koder og høretelefoner. Og, mere generelt, at hvert rum har en 'særlig' ting som gør at den besøgende bliver nysgerrig efter at se hvad det næste rum indeholder.

Generelt mener respondenterne at konceptet ville påvirke deres lyst til at besøge museet i positiv retning.

Hvad angår testformen, så nævner flere af respondenterne at testen var lige lovlig lang, og at det kunne være svært at finde rundt. En enkelt mente dog at det var nemt at finde rundt, men at der til gengæld var for mange detaljer, og en anden blev grebet af testens form.

AFRUNDENDE KONKLUSIONER

Testformatet har ikke været optimalt i forhold til den viden jeg ønskede at uddrage, men jeg mener alligevel at testresultatet kan betragtes som værende validt som en hurtig afprøvning af om metoden kan bruges til konceptudvikling.

Testen viser at brugerne i alt essentielt har været tilfredse med konceptets udformning. Som forventeligt er der forskel på hvad de enkelte fremhæver som særligt interessant og særligt kedeligt, og jeg mener derfor at konklusionen må blive at konceptet rammer bredt i forhold til målgruppen, samtidig med at det ikke vil frastøde den velkendte brugergruppe. Samtidig har ingen af testpersonerne udelukkende givet udtryk for negative reaktioner.

Validiteten af testen afhænger naturligvis af mange variabler, ikke mindst antallet af testdeltagere og det faktum at jeg personligt kender alle deltagerne i testen. Derfor kan jeg

heller ikke sige med sikkerhed at testens resultat er 100% troværdigt, men jeg mener dog at det faktum at alle testpersoner er generelt, men ikke ubetinget positive er en indikation af at de har givet deres ærlige mening.

Med det som udgangspunkt mener jeg at jeg med en vis grad af sikkerhed kan sige at konceptet fungerer som designet; tilstrækkelig interaktivt og anderledes til at tiltrække en ny målgruppe og friste dem til at besøge oftere, men ikke så anderledes at det bliver svært for den nuværende brugergruppe at genkende det museum de kender.

Jeg mener derfor at metoden kan benyttes som et grundlæggende element i design af didaktiske oplevelser, i kombination med blandt andet markedsføringsteoretiske overvejelser, i et iterativt designforløb hvor design og brugertests af det foreløbige design fortløbende fører til et bedre design i forhold til målgruppe og brugergruppe end design alene vil kunne opnå.

REVISION AF KONCEPT

De kommentarer som går igen fra respondenterne er primært en begejstring for de personlige historier, som konceptet til dels baserede sig på. Jeg tror denne interesse for individet har sit udgangspunkt i muligheden for identifikation; at det er nemmere at forholde sig til de store historiske forandringer, hvis der kommer et menneskeligt ansigt på forandringerne. Dette fører både til en større forståelse for forandringerne, men medfører også en større emotionel påvirkning, hvilket i oplevelsesdesign er ønskværdigt. Jo større den emotionelle påvirkning, jo dybere lagrer oplevelsen sig i hukommelsen.

Gentagne gange ytrer respondenterne ønske om mere interaktivitet. Dette ønske mener jeg man skal tilgodese i videst muligt omfang, men under behørig hensyntagen til den økonomi som man designer ud fra. Digital interaktivitet kan være dyr; til gengæld mener jeg at motivationsfaktoren som ligger i selv at skulle involvere sig for at få et udbytte næppe kan overvurderes. Samtidig må man dog i designet huske at interaktivitet også kan ligge i at de besøgende kan interagere med fysiske genstande, noget som flere respondenter har kommenteret på som et godt element i udstillingen om stenalderen og bronzealderen.

Modsat nævner flere af respondenterne at der efter deres opfattelse er meget tekst på museet. Dette mener jeg bliver en balancegang mellem at levere præcis nok tekst til at de besøgende får en sammenhæng og et udbytte af besøget i form af viden, men ikke overvælde de besøgende med det der med et internet-udtryk malende betegnes som 'wall of text', altså en mur af tekst. Her må det påpeges at plancher og anden tekst altid må illustreres godt, da det bryder de kompakte tekster op visuelt og samtidig kan understøtte formidlingen ved at formidle information som kun dårligt lader sig formidle via tekst. Det er ikke uden grund vi har ordsproget: et billede siger mere end tusinde ord.

Sammenhæng bliver fremhævet et par gange, hvilket var en af mine tanker bag konceptet; at trække linjer mellem historiske begivenheder og vise en sammenhæng mellem det der skete dengang og det der sker i dag.

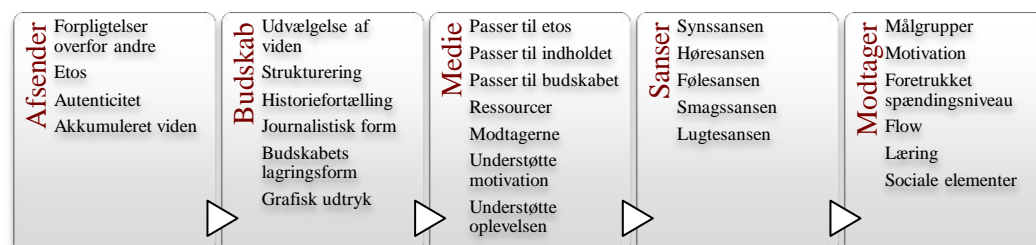
Tanken om 'at være der', at blive nedsænket i historien bliver nævnt nogle gange af respondenterne som noget positivt. Denne immersion er en del af Pine og Gilmores (1999, s. 30) oplevelseskompass. Interessant nævnes den især i forbindelse med to udstillingselementer; dels mindestuen, dels maleriet af klosterkirken i udstillingen om Vejrbøl Kloster. Begge lægger op til at de besøgende er passive i deres oplevelse, og skubber dermed oplevelsen af netop disse to elementer ned i kvadranten æstetik. Dette harmonerer med at begge elementerne i sidste instans er 'til pynt', altså at de ikke er vidensbærende.

Et klart problem har været QR-koderne som en af respondenterne med rette reagerede kraftigt på. QR-koder bør altid, som minimum, optræde sammen med en lille beskrivelse af hvilket indhold der ligger deri. Samtidig må der gerne være en mulighed for at de besøgende som kommer uden smartphone, eller som ikke ønsker at bruge den, kan få informationerne på anden vis, fx gennem et lille hæfte.

En generel kommentar fra respondenterne i forhold til de museer de kender er at de kan være meget teksttunge. Et par af respondenterne mener at bl.a. QR-koderne kan bruges i den sammenhæng til at hente information som man så kan tilgå hjemmefra senere. Dette mener jeg er en rigtig god idé.

REVIDERET MODEL

Vi vender nu tilbage til modellen som lå til grund for konceptet og ser på hvorledes testresultatets indikationer påvirker den.



Under budskab skal strukturering mere eksplicit inkludere muligheden af at fremhæve sammenhænge. Både mellem udstillingerne indbyrdes, men også mellem nutiden og fortiden.

Til historiefortælling skal føjes en fremhævnin g af personlige historier som et effektivt værktøj til at fremme formidlingen, identifikationen og den emotionelle reaktion hos brugerne.

Den journalistiske form skal fremhæves som en klar nødvendighed i forbindelse med store tekstmængder. Samtidig skal der under budskab tilføjes et element som hedder grafisk udtryk; altså den måde hvorpå man opsætter tekst således at den brydes og gøres lettere at læse. Herunder falder også illustrationer, som bør anvendes dels til at bryde tekstmængden, dels til at formidle informationer som enten vil være meget lange eller meget omstændelige at formidle i tekstform. Man bør her også erindre at nogle besøgende vil have lettere ved at danne sig et overblik via illustrationer først, og først derefter vil læse teksten.

Hvad angår mediet, så skal medievalget passe til indholdet, hvilket bør omfatte muligheden af at downloade og på anden vis tilgå informationer hjemmefra i de tilfælde hvor der er megen information at absorbere. En oplagt mulighed på et museum kan være at man lægger plancheteksterne ud i fuldtekst på hjemmesiden, eller giver de besøgende mulighed for at downloade dem til deres mobiltelefon. Det kan også gøres ved at samle dem i e-bogs form og lægge dem ud til download i det format.

Mediet skal samtidig være passende for modtagerne, og her bør fremhæves at ikke alle har smartphones, og information som ligger bag QR-koder og andet bør holdes tilgængelig på andre måder. Dette kan naturligvis ikke gøres gældende for ting som videoklip, lyd eller spil, men for al tekst bør der findes et alternativ.

Endelig bør mediet understøtte motivationen; her er det vigtigt at fremhæve at moderne museumsbrugere i vid udstrækning er vant til interaktive medier og gerne vil involveres i deres besøg. Fokus på interaktivitet, og ikke nødvendigvis udelukkende på digital interaktivitet, bør derfor fastholdes.

KONKLUSION

Jeg startede med den grundlæggende præmis at der findes en eller flere sammenhænge som forbinder formidling og oplevelsesdesign.

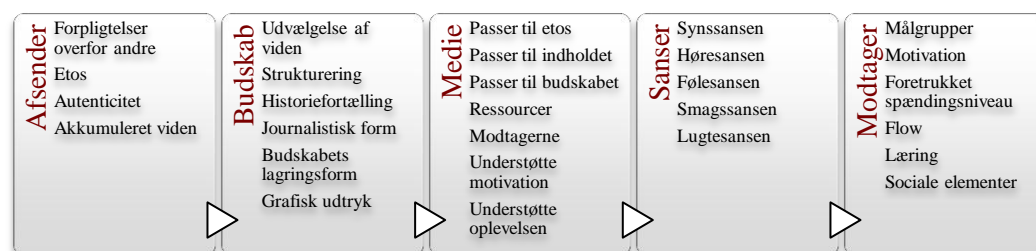
Dette undersøgte jeg ved at se nærmere på forskellige teorier og teorifelter som relaterer sig til formidling og oplevelsesdesign. Formidling i denne sammenhæng forstået som den kombination af kommunikation med et læringsmæssigt formål som museerne praktiserer.

Især flow-teori som er kunsten at tilpasse udfordringer til brugerens evner (eller det modsatte) ses som noget af det mest centrale både for læring og for oplevelsesdesign. For oplevelsesdesign fordi flow-tilstanden er kendetegnet ved en total opslugthed; for læring fordi denne opslugthed indikerer den mest effektive form for læring.

Ud over flow er kommunikationsteorier vigtige for at formidle information eller oplevelser. Teorier om motivation er vigtige både for at motivere til at lære og for at motivere besøgende gennem en oplevelse. En forståelse af etos er vigtig i forhold til at påvirke, og i forhold til troværdighed, uanset om modtageren er et oplevende eller et lærende menneske. Og endelig er progressionen af information, fra data til visdom, meget tæt knyttet til progressionen af økonomisk værdi som ligger i Pine og Gilmore's grundlæggende teori omkring oplevelsesøkonomi.

Med disse og andre, relevante teorier samlede, begyndte jeg at se på det første spørgsmål i problemformuleringen: *hvordan kan man beskrive denne eller disse sammenhænge på en relevant måde i forhold til at designe formidling og oplevelser?*

Min første hypotese var at det er muligt at udarbejde en model som sammenfletter formidling og oplevelsesdesign på en meningsfuld måde. Det mener jeg den følgende model opfylder, samtidig med at den er relevant i forhold til at designe formidling og oplevelser.



Modellen er inddelt i en fortløbende række af sekvenser, og er tænkt til at fungere som hjælp til beslutningstagning i en designproces, hvor den skal indgå i et samspil med brugertests i gentagne iterationer.

For at få svar på spørgsmål 2 fra problemformuleringen: *'hvordan kan man teste sandhedsværdien af en sådan forståelse gennem en idealiseret test-case?'* gik jeg i gang med at afprøve min anden hypotese, at en sådan model vil kunne bruges til at designe et koncept.

Ved at opstille og arbejde med en fiktiv case afprøvede jeg modellens effektivitet som designværktøj. Derved fremkom et koncept, som jeg i overensstemmelse med min tredje

hypotese: 'dette koncept kan gennem test give en indikation af modellens brugbarhed i designsammenhæng' testede via et spørgeskema på 15 meget forskellige respondenter.

Resultatet af denne test var overvejende positiv, hvilket jeg tager som en indikation af at modellen kan fungere som værktøj i designet af didaktiske oplevelser.

Jeg kan derfor konkludere at det er muligt at finde sammenhænge mellem forskellige teorier som dækker formidling og oplevelsesdesign; at det er muligt at sammenskrive disse til en meningsfuld model, og at det er muligt at få en indikation af modellens brugbarhed ved at teste et koncept designet på baggrund af modellen.

AFSLUTTENDE REFLEKSION

Måske ikke overraskende har det vist sig svært at arbejde med teoribaseret udvikling indenfor en studieordning som er meget praksisbaseret. Det har nødvendiggjort nogle tilpasninger, både til arbejdet med teorien, men også i forhold til testmetoden som jeg ikke mener har været optimal i forhold til emnefeltet.

Alligevel synes jeg arbejdet med teorien jeg her har fremlagt, har været både spændende og vigtig.

Der er uden tvivl meget arbejde at gøre endnu før teorien på nogen måde kan betegnes som færdig eller brugbar, men jeg ser muligheder for at den kan vise sig anvendelig i mange sammenhænge, hvor brugere skal absorbere informationer ad frivillighedens vej.

Dette kan gøre sig gældende, ikke kun for museer, men også for biblioteker, kommuner og statslige organer som alle har det til fælles at de skal formidle informationer som er vigtige for brugerne, men ikke nødvendigvis i sig selv interessante.

Her kan oplevelsesdesign efter min mening bruges til, ikke at tivolisere alvorlig information, men derimod at gøre det mere attraktivt for brugerne at benytte ting som fx selvindberetning hos Skat.

LITTERATURLISTE

- Ackoff, R. L., 1989. *From Data to Wisdom*. Journal of Applied Systems Analysis, Vol, 16, 3-9.
- Andersen, T. M. og Dalgaard, H., 2004. *Edutainment – læring med computerspil*. Gylling: Systime Academic.
- Bellinger, G., Castro, D. og Mills, A., 2004. *Data, Information, Knowledge, and Wisdom*. [Pdf] Tilgængelig på: <http://courseweb.lis.illinois.edu/~katewill/spring2011-502/502%20and%20other%20readings/bellinger%20on%20ackoff%20data%20info%20know%20wisdom.pdf> [Tilgået 4. april, 2012]
- Berlo, D. K., 1960. *The Process of communication*. San Francisco: Rinehart Press.
- Brooks, L., 2009. *Story structure series*. [Online] Tilgængelig på: <http://storyfix.com/category/story-structure-series> [Tilgået 28. marts, 2012]
- Bruhn Jensen, K., 2008. *Medier og samfund*. Gylling: Forlaget Samfundslitteratur.
- Chore Wars help*. UÅ. [Online] Tilgængelig på: <http://www.chorewars.com/help.php> [Tilgået 23. februar, 2012]
- Crawford, C., 2003. *On Game Design*. Indianapolis, New Riders.
- Csikszentmihalyi, M., 2008. *Flow*. New York, Harper perennial, modern classics edition.
- Danmarks Statistik, 2012. *Elektronik i hjemmet*. NYT fra Danmarks Statistik, nr. 229, 1. maj, 2012. [Pdf] Tilgængelig på: <http://www.dst.dk/pukora/epub/Nyt/2012/NR229.pdf> [Tilgået 14. april, 2012]
- Deci, E. L. og Ryan, R. M., 1985. *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York, Plenum Press.
- Den store danske, 2011. *didaktik*. [Online] Tilgængelig på: http://www.denstoredanske.dk/Erhverv_karriere_og_ledelse/P%C3%A6dagogik_og_uddannelse/P%C3%A6dagogik_didaktik_og_metodik/didaktik_-_metodel%C3%A6re [Tilgået 17. maj, 2012]
- Deterding, S. Dixon, D, Khaled, R. og Nacke, L., 2011. *Gamification: Toward a Definition*. [Pdf]. Tilgængelig på: <http://hci.usask.ca/uploads/219-02-Deterding,-Khaled,-Nacke,-Dixon.pdf> [Tilgået 23. februar, 2012]
- Gregersen, O. og Wisler-Poulsen, I., 2009. *Usability*. Svenstrup: Grafisk Litteratur.
- Illeris, K., 2006. *Læring*. 2. udgave. Gylling, Roskilde Universitetsforlag.
- Jantzen, C. og Vetner, M., UÅ. *Design for en affektiv økonomi*. I: Jantzen, C. og Arendt Rasmussen, T., red., 2007. *Oplevelsesøkonomi*. Aalborg, Aalborg Universitetsforlag.
- Jantzen, C., 2007. *Mellem nydelse og skuffelse*. I: Jantzen, C. og Arendt Rasmussen, T., red., 2007. *Oplevelsesøkonomi*. Aalborg, Aalborg Universitetsforlag.

- Jensen, K. V., 2011. *McDonalds-kampagne kan fuppes med fløjt, klip og skæve fotografier*. ComOn [Online]. Tilgængelig på: <http://www.comon.dk/art/200586/mcdonalds-kampagne-kan-fuppes-med-floejt-klip-og-skaeve-fotografier> [Tilgået 15. maj, 2012]
- Juul, H., 2010. *Pædagogik – et overblik*. Århus: Gyldendal.
- Kansanen, P. og Meri, M., 1999. *The Didactic Relation in the Teaching-Studying-Learning Process*. [Pdf]. Tilgængelig på: http://www.helsinki.fi/~pkansane/Kansanen_Meri.pdf [Tilgået 26. maj, 2012]
- Klafki, W., 2011. *Dannelsesteori og didaktik*. 3. udgave. Århus: Klim.
- Kulturarvsstyrelsen, 2010. *National brugerundersøgelse på de statslige og statsanerkendte museer i Danmark – 2010*. S.l.: Kulturarvsstyrelsen.
- Larsen, A., 2011. *Hver niende dansker flirter med diktaturtanker*. Ugebrevet A4 [Online]. Tilgængelig på: http://www.ugebreveta4.dk/2011/201121/Artikler/Hver_niende_dansker_flirter_med_diktaturtanker.aspx [Tilgået 19. februar, 2012]
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. og Gaudet, H., 1944. *The people's choice*. S.l. Columbia University Press
- LBK nr 689 af 22/06/2011* [Online]. Tilgængelig på: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=137843> [Tilgået 19. februar, 2012]
- LBK nr. 1505 af 14/12/2006*. [Online] Tilgængelig på: <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=12017> [Tilgået 11. marts, 2012]
- Lund, J. M. et al., 2005. *Følelsesfabrikken*. København, Børsens Forlag.
- Maslow, A. H., 1943. *A theory of human motivation*. Psychological Review, Vol 50(4) , 370-396. [Online] Tilgængelig på: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm> [Tilgået 1. april, 2012]
- McLuhan, M., 1967. *Mennesket og medierne*. København: Gyldendal.
- Merriam-Webster, 2012. *Edutainment* [Online]. Tilgængelig på: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/edutainment> [Tilgået 21. februar, 2012]
- Moore, A., 2002. *Authenticity as authentication*. [Pdf]. Tilgængelig på: <http://epubs.surrey.ac.uk/1958/1/fulltext.pdf> [Tilgået 26. maj, 2012]
- Pedersen, K., 2012. *Microsoft kombinerer kodearbejde og spil*. ComOn [Online]. Tilgængelig på: <http://www.comon.dk/art/213317/microsoft-kombinerer-kodearbejde-og-spil> [Tilgået 10. marts, 2012]
- Pine, B. J. og Gilmore, J. H., 1999. *The Experience Economy*. Boston, Harvard Business School Press.
- Pine, B. J. og Gilmore, J. H., 2005. *Field Guide for the Experience Economy*. S.l., Strategic Horizons LLP.
- Qvortrup, L., 2004. *Det vidende samfund*. København, Forlaget Up.
- Rolighetsteorin, 2009. *Piano Stairs*. [Online] Tilgængelig på: <http://www.youtube.com/watch?v=2lXh2n0aPyw> [Tilgået 10. marts, 2012]

- Schnohr, J., 2011. *Nationalmuseets kendte ravbjørn er uægte*. Kristeligt Dagblad [Online]. Tilgængelig på: <http://www.kristeligt-dagblad.dk/artikel/409503:Danmark--Nationalmuseets-kendte-ravbjoern-er-uaegte?all=1> [Tilgået 11. marts, 2012]
- Shannon, C. E. og Weaver, W., 1998. *The Mathematical theory of communication*. Illinois, University of Illinois Press.
- Skot-Hansen, D., 2010. *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi*. Frederiksberg, Imagine..
- Strandgaard, O., 2010. *Museumsbogen*. Sl, Forlaget Hikuin.
- Thijssen, J.P.T., Peelen, E. og Bink, S., 2006. *Validating Experience Characteristics and developing an Experience Index*. European Centre for the Experience Economy, University of Amsterdam.
- Undervisningsministeriet, 2007. *Danmarks strategi for livslang læring*. [Pdf] Tilgængelig på: <http://pub.uvm.dk/2007/livslanglaering/livslang-laering.pdf> [Tilgået 18. februar, 2012]
- VolksWagen, 2009. *Fun Theory*. [Online] Tilgængelig på: <http://thefuntheory.com/> [Tilgået 10. marts, 2012]
- Wang, N., 1999. *Rethinking authenticity in tourism experience*. [Pdf] Tilgængelig på: http://www.depts.ttu.edu/museumttu/CFASWebsite/H7000%20folder/Readings%20Heritage%20Tourism%202010/Heritage%20Authenticity_Wang%201999.pdf [Tilgået 11. marts, 2012]
- Aarhus Universitet, UÅ. *Valgret 1834-1915*. [Online] Tilgængelig på: <http://danmarkshistorien.dk/leksikon-og-kilder/vis/materiale/valgret-1835-1915/> [Tilgået 19. februar, 2012]

BILAG 1 - TESTRESULTATER

1947 – 15 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|----|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Byen før og efter | Synes den meget pædagogiske opstilling i før og efter med farvekoder er godt tænkt. Både børn og voksne kan få glæde heraf. |
| 2 | Stole foran vinduerne | Det ville have været en fordel at kunne se billederne af gården før og efter, i stedet for bare et blankt billede. Men ellers en god måde at forklare ændringerne på landet med. |
| 3 | Marshall-spillet | Jeg mener at et spil er med til at gøre en fortælling levende. Samtidigt mener jeg, at spil kan styrke indlæringen af historiske elementer til såvel børn som voksne. Ren tekst kan også hurtigt blive kedeligt ift. aktiviteter. |
| 4 | Marshall-planen | Er der ingen billeder af gårdene, eller er det fordi, jeg bruger iPad, de ikke virker? |
| 5 | Marshall-spillet | De steder, hvor der er meget at læse, ville jeg være gået forbi, og de monterer, hvor man skulle kigge ned og se på en gård el.l, vill jeg ikke selv være kommet frem til forskellene uden hjælp. (Jeg gider ikke gøre så meget selv når jeg er på museum, for så er jeg typisk på ferie) |
| 6 | Gård efter 1947 | Her kan man snakke om at der er endnu færre på en gård nu om dage. Ville det her være interessant at have en tidstavle - landbruget nu og landbruget i fremtiden. Ex stald i flere etager? |
| 7 | Stole foran vinduerne | Ih hvor dejligt - tid til refleksion |
| 8 | Marshall-spillet | En rigtig god ide - og enkel at gå til, og som ikke tager tid, og som både voksne og børn kan lave |
| 9 | Byen før og efter | Mest interessant hvis man er fra området eller ex skriver opgave om emnet eller ved en del om emnet i forvejen |
| 10 | Stole foran vinduerne | Lyder spændende - jeg kan især godt lide, at der fortælles en personlig historie, mens man sidder i fred og ro og kigger på naturen |
| 11 | Byen før og efter | Umiddelbart en fornuftig udstilling. Men da jeg ikke ejer en smartphone kunne jeg ikke se filmklippene. Hvis jeg ejede en smartphone tror jeg stadig ikke jeg ville have brugt muligheden. Hvis jeg har lyst til at se en dokumentarfilm tager jeg ikke på museum men i biografen eller i fjernsynet |
| 12 | Stole foran vinduerne | Det lyder spændende med fortællingerne, og udsigten er da betagende. |
| 13 | Byen før og efter | Dejligt at det er så mange forskellige måder man får oplysningerne på: spille spil, lytte, se og læse. Havde der kun været plancer man skulle læse, var jeg gået kold :) |
| 14 | Marshall-spillet | Det er en udmærket udstilling med en god blanding af elementer. |
| 15 | Stole foran vinduerne | Dejligt med lidt hvil til benene |

1818 – 12 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|----|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Landbrugskrisen | Det er et meget interessant koncept med den dikotomi du tilsyneladende anvender. Det er pædagogisk smart. Selvom det understreger udvikling og forskelle frem for lighed og konstanter, kan det fagligt forsvares. |
| 2 | Kurt Sørensen | Igen det ville være rart at se billederne af gårdene. Plancherne indeholder måske lidt for meget tekst, og en af dem var ikke på dansk. |
| 3 | Landbrugskrisen | Jeg mener grundlæggende at denne udstilling er for teksttung, der mangler noget interaktivt. At placere en højtaler med en stemme der læser noget op kan virke inspirerende for nogen, men uden et fysisk element bliver dette også hurtigt kedeligt. |
| 4 | Landbrugskrisen | Igen intet billede af gården og teksten og selvejerliv var på islandsk eller lign |
| 5 | Kurt Sørensen | Puha meget tekst. Tja, jeg tror bare at hvis der skal være så meget tekst, så skal det, lige som med Kurt der, tage udgangspunkt i en persons historie, så jeg bedre kan forholde mig til det. |
| 6 | Landbrugskrisen | Svært at se ideen med litteraturlister - tror aldrig jeg vil bruge den. Eller så skal den ihvertfald kunne sendes som sms til min mobil |
| 7 | Kurt Sørensen | kan der være lydprøver af hans stemme? Eller noget af hans værker læst op? |
| 8 | Landbrugskrisen | Interessant at høre om landbrugskrise, som måske minder om landbrugets situation nu. |
| 9 | Landbrugskrisen | Jeg er snart ved at være træt af al den information jeg ikke får, fordi jeg ikke har en smartphone. Over alt bliver jeg i dette museum mødt af QR-koder som lokker med information som jeg ikke kan tilgå. Er det vigtig information? Mangler jeg overblikket over udstillingen fordi jeg ikke kan tilgå den? Hvad går jeg glip af? |
| 10 | Kurt Sørensen | Godt at finde en enkelt person. Resten af udstillingen er rigtig godt. |
| 11 | Daglejerliv | Den er god, men det bare noget lidt mere interaktive dele eller flere udstillinger, de færreste vil få læst alt den tekst |
| 12 | Daglejerliv | Fortæller noget om livet på landet |

1733 – 12 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|---|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Fæstegården | [Intet svar] |
| 2 | Fæstegårdsliv | Jeg kan godt lide ideen med rørene. Men synes nok der er lidt for mange koder der skal scannes. Husk ikke alle har en smartphone, især ikke blandt den ældre generation. |
| 3 | Stavnsbåndsfilm | Igen er hele denne udstilling teksttung og aktivitetsfattig. Jeg har valgt filmsekvenserne, da de kunne lave underholdende og informative på samme tid. |
| 4 | Stavnsbåndet | Problemer med sproget igen |
| 5 | Stavnsbordet | Jeg forstår ikke de der søjler, beholder ting? Var der noget |

| | | |
|----|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | interaktivitet der? Kunne man gøre noget med dem? |
| 6 | Stavnsbåndsfilm | Rigtig god ide med amatører |
| 7 | Stavnsbåndet | Kan man fysisk nemt komme til at bruge QR koden? eller skal man bukke sig? Flotte søjler, en god ide |
| 8 | Fæstegården | Umiddelbart er udstillingen spændende, specielt kan jeg godt lide blandingen af model og tekst. Stavnsbordet synes mig noget utilgængeligt, så det vil jeg efter at have skimmet bøgerne springe over. Jeg er her jo trods alt sammen med andre, så jeg vil ikke sætte mig til at læse midt i turen. |
| 9 | Stavnsbordet | Måske ikke så mange bøger, men godt med laminater. |
| 10 | Fæstegården | Fæstebordet ville jeg aldrig få brugt, med mindre jeg skulle skrive en opgave om emnet. Jeg har ikke nok i mig til at sætte mig ned og læse i en bog, når jeg er på museum. Synes det lyder spændende med film, der kan vise, hvordan livet har været den gang. Og jeg kunne rigtig godt lide fæstegården. Fint at der er koder, hvor man kan få flere oplysninger om tingene. |
| 11 | Fæstegårdsliv | Den er bedre end den forrige men lidt mere man selv skal lave ville være godt. |
| 12 | Stavnsbåndet | Godt lavet selv om det er amatør |

1648 – 11 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|---|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Eberhard | [Ingen besvarelse] |
| 2 | Ørholm Gods | Lidt for meget tekst på plancherne. Folk stopper med at læse inden de har nået midten af planchen. |
| 3 | Ørholm Gods | Det virker spændende at man kan downloade en gennemgang af godset via QR-kode og forhåbentlig museets eget wifi. Dog mangler jeg igen her et aktivitetselement for de yngste og dem der hurtigt kommer til at kede sig med teksttunge plancher |
| 4 | Eberhard | Jeg kan ikke læse beskrivelserne. De er alle på et fremmed sprog |
| 5 | Eberhard | Spændende, men meget teksttungt. Kræver virkelig nogle spændende tekster, hvis min opmærksomhed skal holdes :) |
| 6 | Ørholm Gods | Rigtig god ide med dukkehus, men forsvinder tingene mon? |
| 7 | Ørholm Gods | Jeg synes, at bordet med bøger er lidt uoverskueligt, når jeg kommer på et museum - selvom der måske er noget, jeg gerne vil vide mere om. |
| 8 | Håndfæstning | Igen en af disse lokkende QR-koder ved Ørholm gods. Hvilken information gemmer der sig bag den? Jeg føler mig efterhånden snydt over kun at have set halvdelen af udstillingen. Jeg tror ikke jeg kommer tilbage til dette museum. Plancherne er fine og der er en fin tråd imellem dem, men modellen underbygger dem ikke. Så vidt jeg kan se er det blot en model af godset. Hvis der havde været noget tekst til modellen der bandt det sammen med plancherne |

| | | |
|----|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | ville det have været godt, eksempelvis: \"Dette værelse indrettede Eberhard med midler han erhvervede gennem de nye privilegier han forhandlede sig til efter han indtog sin position i rigsrådet.\" Læsehjørnet ignorerer jeg efter at have skimmet titlerne på bøgerne. |
| 9 | Eberhard | Det er godt beskrevet. Godt med QR koder, da det kan være svært at nå det hele |
| 10 | Eberhard | Jeg kunne bedst lide at læse om Eberhard og se godset. Fint at der er masser af detaljer i modellen af godset, og at man har mulighed for at downloade et virtuelt besøg på Ørholm. Håndfæstningsbordet ville jeg aldrig få brugt. |
| 11 | Ørholm Gods | Da jeg jo selvfølgelig er vild med at læse om slotte og herregårde |

1533 – 9 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|---|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Byen 1533 | Modeller er altid smart. Det giver overblik og samtidig en god fornemmelse af rum og tid. Jeg kan dog efterhånden ikke lade være med at tænke: hvor er nogle af de \"ægte\" genstande, dem der virkelig er fra fortiden. Når jeg går på museum forventer jeg at se sådanne. Helst ikke i kæmpemæssige bunker, men enkelte grundigt udvalgte. |
| 2 | Leg med privilegierne | Forhåbentlig er der masser af billeder på plancherne, ellers kommer det til at virke MEGET tørt. Kan godt lide ideen med de små film. |
| 3 | Leg med privilegierne | Dette element virker spændende, da man via eget engagement kan lege/spille sig til viden. |
| 4 | Byen 1533 | Fremmedsprog igen i alle beskrivelserne og ingen film på filmvæggen |
| 5 | Leg med privilegierne | Er spillet sådan lidt simcity-agtigt? På nuværende tidspunkt ville jeg være kommet dertil hvor jeg kun prøvede de ting, hvor der er en skærm. Tv og spil. Og så ville jeg ellers sidde og se utålmodig ud, til Rasmus fik læst færdig. |
| 6 | Leg med privilegierne | Bliver irriteret over, at det bare er fiktivt og man ikke kan læse plancherne her - så museet må jo virke - og inspirere ;) |
| 7 | Byen 1533 | Umiddelbart en spændende udstilling. Dog ser det ud til at planchen vedrørende reformationen ikke rigtigt hører hjemme. Der er så vidt jeg kan se intet om reformationens indvirkning på købstaden. Spillet er et meget hyggeligt indslag. |
| 8 | Filmvæggen | Filmvæggen og legebordet tror jeg vil tiltale mange |
| 9 | Byen 1533 | Spændende at man stadig kan finde rester af byen fra 1533. Jeg kan godt lide billeder/kort med før/efter, hvor man kan se hvordan byen har udviklet sig. Fint at der var et spil, så man kunne lave noget sammen med dem, man er med ind at se udstillingen. (Men også fint at det kun tog 5 min). Synes det var spændende med Cornelius og Stenhuset. Så man kunne få en person på tidsaldren. |

1333 – 9 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|---|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Velbøl Kloster, model | For at være en smule pedantisk, da det vist ikke har ret med konceptet at gøre: Benediktinerklostre blev altid grundlagt af lokale stormænd (gejstlige såvel som verdslige), da benediktinerne ikke var en orden, men en samlebetegnelse for en række selvstændige klostre der alle fulgte Bendikt af Nursias regel (som oftest Aachen-versionen). Der var altid et vist forhold mellem grundlægger, stormand, og kloster. Derudover: Franciskanerklostre holdt kun til i byer (og så vidt jeg kunne forstå var der ikke en by endnu?). Jeg er sikker på at børnene vil synes at teglproduktion er et hit. |
| 2 | Billede af klosterkirken | Kan godt lide ideen med at man selv kan lave mursten i modellervoks. |
| 3 | Leg med tegl | Igen er det det brugerinvolverende der drager mig, da læring igennem spil og leg er et vigtigt redskab især for at fange det yngre publikum. |
| 4 | Leg med tegl | Er ved at blive frustreret over fremmedsprog i beskrivelserne. Har kun min iPad ved hånden og her kører det ikke optimalt |
| 5 | Cafehjørne | [Ingen besvarelse] |
| 6 | Leg med tegl | [Ingen besvarelse] |
| 7 | Historien om Vejbøl Kloster | Hvad er det med dette museum og QR-koder? Hvorfor bliver de ved med at gemme information på denne ikke tilgængelige måde? Plancherne er meget interessante og modellen underbygger dem. Dog kunne jeg godt tænke mig noget tekst til modellen, så jeg nemmere kan sammenholde den med informationen på plancherne. Billedet af klosterkirken er et friskt indslag, men jeg mangler lidt information om hvorfor "man" mener kirken så sådan ud. |
| 8 | Cafehjørne | Ikke for tidligt med en kaffepause. |
| 9 | Billede af klosterkirken | Fedt at der var det store maleri af kirken, så man ligesom kunne fornemme størrelsen og føles af at "være der". Spændende at se hvordan de lavede murstene og se modellen af kirken - det ville give mig lyst til at læse om den. Jeg er ikke sikker på at jeg ville sætte mig i "Caféen". Jeg vil hellere sidde et sted, hvor der er flere borde og ikke midt i udstillingen. |

800 – 9 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|---|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Biograf | Igen: dikotomien er smart, og film fungerer som regel godt hvis man kan sidde ned. |
| 2 | Biograf | Modellen af landsbyen er rigtig fin, og giver et fint overblik over hvordan landsbyen kunne have set ud. |
| 3 | Vikingelandsby | QR-koden, hvor man kan komme på en prøvesejlads er den |

| | | |
|---|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | del jeg bedst kan lide, da det er spændende og kan være hurtigt overstået. Hvorimod at se filmklip kan tage lang tid og blive kedeligt, hvis det ikke er gjort humoristisk. |
| 4 | Vikingelandsby | Sprog igen. Skulle biografen virke? |
| 5 | Biograf | De der QR-koder ville jeg ok prøve de første par gange. Men når jeg så opdagede, at det var mere information og ikke noget interaktivt, ville jeg lade være med at hente dem, og så ville jeg irritere mig over, at jeg ikke på forhånd kunne se, hvad jeg ville hente. |
| 6 | Jernalderlandsby | Min søn på 2 1/2 synes at montrene ser meget spændende ud. |
| 7 | Jernalderlandsby | Spændende udstilling om lokale fund og tidligere landsbyer. God sammenhæng mellem modeller og plancher. Biografen springer jeg let og elegant over og QR-koden ignorerer jeg |
| 8 | Biograf | Dejligt med individuelle høretelefoner, så andre ikke bliver forstyrret |
| 9 | Biograf | Jeg ville hurtigt sætte mig i biografstolene og se film i dette rum. Det er dejligt at få "historien" fortalt til en afveksling, så man ikke hele tiden skal læse. |

STENALDER OG BRONZEALDER – 9 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|---|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Genstande | Undskyld jeg bliver nød til at være pedantisk igen: Tyr og Odder er vikingetidsnavne, de hører ikke til i bronze- eller stenalder; men selve konceptet er pædagogisk fint |
| 2 | Stenalderboplads | Overordnet meget fin udstilling, men jeg forstår ikke helt billedet med de skiftende farver. |
| 3 | Stenalderboplads | Det virker mest spændende, da der er skind man kan røre ved. |
| 4 | Bronzealderlandsby | Fremmedsprog. Og kan ikke se noget i montren |
| 5 | Tyr - bronzealderdreng | Igen, der hvor man "sætter ansigt på". Jeg ville nok gå forbi de plancher med generel info |
| 6 | Tyr - bronzealderdreng | Kan godt lide planche om Tyr og Odder. Igen den personlige historie, som ofte er nem at gå til. |
| 7 | Odder - stenalderpige | Dette rum går mig virkeligt på. Plancherne er fine nok og indeholder relevant information, men modellen af bronzealderbyen og de udstillede genstande er fuldstændig uden forklaring. Der er blot en QR-kode, der sikkert fører til mere information, som jeg ikke kan tilgå. |
| 8 | Genstande | Ting man kan røre og se, giver meget mening. |
| 9 | Odder - stenalderpige | Det ville være spændende at læse om Tyr og Odder. Igen er det nemmere for mig at forestille mig tiden, når det er gennem en person. Det lyder godt med billedet, der skifter farve. |

UDGRAVNING – 11 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|----|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Udgravninger lige nu | Børnene vil elske at lege arkæolog, jeg har selv været et sted hvor der var sådan en sandkasse med metaldetektorer. Desværre elsker børn ikke at rydde op, og det gør deres forældre heller ikke, med det resultat at der var sand ud over det hele. Det er derfor nødvendigt at medtænke en oprydningssfunktion på en eller anden måde. At kunne se dagsaktuelle udgravninger tror jeg mange lokale vil sætte pris på |
| 2 | Leg arkæolog | Synes det er herligt at få en bedre forståelse for arkæologens arbejde, samt selv prøve det i praksis. |
| 3 | Leg arkæolog | Det virker spændende at give de besøgende lov til at prøve at lave en udgravning. |
| 4 | Leg arkæolog | Der er ingen billeder, hvis der skulle være nogen og teksten er igen på fremmedsprog |
| 5 | Leg arkæolog | Se det var spændende! Her ville jeg guffe det hele i mig - og jeg har næsten helt lyst til at besøge museet alene for dette. |
| 6 | Leg arkæolog | Rigtig god ide med sandkasse, men nok ikke nogen god ide indenfor. Måske i et telt uden for? |
| 7 | Leg arkæolog | Godt med noget aktivt! |
| 8 | Hvordan arbejder arkæologen? | Ganske spændende udstilling om velkendt stof. |
| 9 | Leg arkæolog | Rigtig godt stillet op. god ide med hvornår det evt. er muligt at se arkæologen i arbejde. |
| 10 | Leg arkæolog | Det er sjovt at man kan lege arkæolog. Kan forestille mig, at det vil være et hit især for børnefamilier. Også spændende at man kan se, hvad der allerede er fundet i byen, og hvor de næste projekter er. |
| 11 | Leg arkæolog | Man kan selv prøve |

SÆRUDSTILLING – 10 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|---|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Plancher og skillevægge | [Ingen besvarelse] |
| 2 | Model | Herligt at man selv kan forsøge sig som juveltyv. Igen en masse plancher, kunne historien ikke være blevet fortalt lidt anderledes. |
| 3 | Model | Jeg synes at det er spændende at involvere gæsterne og hvem har ikke lyst til at forsøge sig som juveltyv, når konsekvenserne udebliver. |
| 4 | Model | Ingen billeder |
| 5 | Plancher og skillevægge | Nej se, her ville jeg også være underholdt, for her går vi i dybden med en spændende begivenhed. Så længe det ikke er generel information, og hvis historien er spændende nok - så har jeg lyst til at fordybe mig i det. |
| 6 | Plancher og skillevægge | Kan godt lide de gamle avisudklip - så bliver det pludselig meget autentisk. |
| 7 | Plancher og skillevægge | Interessant nok udstilling. Friskt indslag med |

| | | |
|----|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | "legemodellen". Hvis jeg har børn med vil jeg nok bruge den, ellers ikke. |
| 8 | Model | Rigtig god ide med lidt leg, det hele bliver mere nærværende |
| 9 | Plancher og skillevægge | Spændende fortælling. Jeg ville dog ikke lege røver/indehaver. Men for børn kunne det måske være sjovt. |
| 10 | Plancher og skillevægge | Jeg er nok ikke så meget til det der røveri |

MINDESTUE – 10 BESVARELSER UD AF 15

| # | Hvad synes du bedst om i udstillingen? | Tanker om udstillingen |
|----|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Mindestuen | [ingen besvarelse] |
| 2 | Mindestuen | Altid sjovt at se hvordan folk boede. |
| 3 | Mindestuen | Det er rart at kunne lære en noget om en person igennem tekst, hvor man selv kan tage sig tid til at nærlæse osv. videoer bliver hurtigt for lange og kedelige. |
| 4 | Mindestuen | Ingen billeder :(|
| 5 | Video | Havde ham Kurt noget med juvelrøveriet at gøre? Jeg er forvirret. Han bliver nævnt nedenunder, og så nu dukker han op igen. |
| 6 | Mindestuen | Synes man i stuen, må få et godt indtryk af forfatteren. |
| 7 | Mindestuen | Det er en fin mindestue, men jeg mangler at få at hvide hvad der var specielt ved Kurt Sørensen og hvorfor han er "egnens store digter". Videoen ignorerer jeg, da jeg hellere vil se den hjemme |
| 8 | Video | Fortæller mest |
| 9 | Mindestuen | Jeg kan godt lide at se/være i mindestuer. Man får følelsen af at være i den tid. Og det er nemmere at fornemme personen. |
| 10 | Mindestuen | Dejligt med lidt lokal historie |

AFSLUTTENDE SPØRGESKEMA – 7 BESVARELSER UD AF 15

Denne besvarelse har jeg inddelt efter respondenternes alder, og nummereret og farvekodet de enkelte besvarelser for at gøre det lettere at overskue.

| Alder: | 25-40 (4) | 41-60 (3) |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hvorfor går du/I på museum? | <p>1: For at opleve noget spændende/interessant. Selve museet skal dog have et historisk tema, da jeg ikke finder interesse i bare at se og læse plancher, når jeg selv kan læse det hjemmefra. Der må meget gerne være et involveringsaspekt, så de yngre bliver fanget af historien.</p> <p>2: Når jeg er ude at rejse. Jeg ville ønske jeg gjorde det mere, men jeg er virkelig ikke ret kulturel på det plan.</p> <p>3: Det er spændende - man lærer oftest nyt.</p> <p>4: For det meste er det i forbindelse med en ferie. Så er det spændende at se/høre om byen, man er i, eller om en berømt person, der er fra det område.</p> <p>Ellers går jeg på museum, hvis der er en kunstner, jeg synes laver spændende ting.</p> | <p>5: for at få en oplevelse - god gruppe aktivitet - for at få tiden til at gå på en regnvejrsdag</p> <p>6: For at se/lære om et bestemt områdes historie, eller se en bestemt udstilling</p> <p>7: For at få ny viden og opfrisket gammel viden</p> |
| Hvor tit er du/I på museum? | <p>1: sjældent i Danmark, men ofte på rejser i udlandet.</p> <p>2: et par gange om året i forbindelse med rejser.</p> <p>3: [Intet svar]</p> <p>4: 2-3 gange om året.</p> | <p>5: Sjældent</p> <p>6: Ca. 1 gang om året</p> <p>7: 2-3 gange om året</p> |
| Hvordan vil du/I beskrive museer? | <p>1: Generelt kedelige med historiske gennemgange af noget som ganske få synes er spændende</p> <p>2: Kedelige, som at træde ind i en historiebog, hvor man er heldig, hvis det ikke bare er generel info (dette gælder historiske museer som dette) Jeg er sådan en der skimmer, men ikke fordyber.</p> <p>3: Meget forskellige!! Vi kan</p> | <p>5: Kunstmuseer er flotte og indbydende ellers kan de godt være lidt for lokale og kedelige</p> <p>6: Kan være kedelige og støvede uden inspiration</p> <p>7: Som regel er det meget hyggeligt, men det kan nemt være lidt tung i det og så taber jeg tråden</p> |

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>godt lide, når det ikke kun indebærer at kigge. (2 deltagere)</p> <p>4:Oplysende. Jeg synes altid, jeg er blevet lidt klogere på et emne.</p> | |
| Hvordan vil du/I sammenligne de museer du/I kender med dette koncept? | <p>1: Det ligner meget, men har nogle gode elementer, som kan gøre at flere vil benytte det.</p> <p>2: Nu er de museer jeg har besøgt sådan nogle som Luvre, Mets osv, så forskellen er tydelig. Men jeg synes der er noget over at fordybe sig i lokale historier, især, hvis de bliver mere personlige.</p> <p>3: Her er der flere sanser i spil - det er godt. En del museer gør en passiv ved at man kun skal bruge øjnene. Kunstmuseer, hvor man kan få walkman med rundt på en \"rute\" er godt. Lyt-og-lær bruges jo også her.</p> <p>4: Dejligt at der sker så meget forskelligt (film, spil m.m.) Nogle museum har for mange plancher - det bliver for meget læsning for mig.</p> | <p>5: Dette koncept bygger mere på teknologi og lidt mere på kropslig interaktion</p> <p>6: Konceptet med QR koder er god da det kan tages med videre. Mange gange læser man en planche og kan bag efter ikke huske hvad der stod. Desuden er mulighederne for høretelefoner en god ting, så bliver andre ikke forstyrret og har man lyst kan samme ting høres flere gange</p> <p>7: Det virker til at være mere spændende</p> |
| Hvordan vil du/I beskrive den oplevelse dette koncept kan give? | <p>1: Lidt over middel, da der mangler flere involveringsmuligheder frem for store og mange plancher.</p> <p>2: Mest kedelig, men der er nogle elementer, som kunne vække en ægte interesse i mig. Dette er de udstillinger ovenpå.</p> <p>3: interessant og man kan huske, idet kan \"får fingrene i\" nogle ting.</p> <p>4:Det er rigtig spændende at man bliver aktiveret på så mange forskellige måder. Jeg kan godt lide vekslingen mellem at lytte, se film, læse og se på ting.</p> | <p>5: Konceptet giver mig flere mulighed for at vælge: mere info eller mindre info, samt taler det til flere af mine sanser</p> <p>6: Oplevelsen kan blive mere intens</p> <p>7: Mere aktiv og inspirerende</p> |
| Tror du/I det vil være lettere eller sværere at lære noget på baggrund af dette koncept? | <p>1: Lettere, de steder hvor man kan røre ved ting og prøve elementer.</p> <p>2: Jamen er konceptet ikke</p> | <p>5: Det vil være lettere, især hvis teknologien virker! Omvendt virker de også en anelse teksttungt, med alle de plancher</p> |

| | | |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>meget lig andre museer? En masse information på nogle plancher? Jo mere interaktivt ELLER jo mere personlige historier der var, jo mere ville jeg reelt være interesseret</p> <p>3: Lettere</p> <p>4: Lettere. Tror der er mange, der har lettere ved at lære, når de kan se, røre, høre end kun at læse.</p> | <p>men læringsmæssigt taler det til flere sanser end de traditionelle udstillinger</p> <p>6: Det afhænger af personen. Jeg vil nok hellere have færre plancher og flere ting/modeller</p> <p>7: Det vil nok være lettere</p> |
| Er der noget du/I savner i konceptet? | <p>1: Mere brugerinvolvering, museer skal generelt væk fra den tendens til at skjule alting, så ingen kan røre det. Det er vigtigt at involvere alle sanser på et museum og ikke kun synet</p> <p>2: Ja, interaktivitet. Og personlige historier.</p> <p>3: Hmm..et udendørsområde kunne tilføjes. Men det kommer jo an på fysiske muligheder.</p> <p>4: Nej, det skulle måske lige være en lidt større café, som ikke ligger midt i udstillingen. Så man kunne sidde og tale om oplevelsen bagefter :)</p> | <p>5: evt. touchskærme, evt geotagging Evt brugerinvolvering - noget med afstemning, hvor folk skal tage stilling vha ex bolde i 3 søjler for ja, nej og ved ikke</p> <p>6: Mere at \"røre\" ved</p> <p>7: Nej det tror jeg ikke</p> |
| Er der noget du/I vil fremhæve ved konceptet? | <p>1: At leg/spil/involvering er gode elementer til indlæring ved både voksne og børn, så det er godt det er indtænkt i konceptet.</p> <p>2: De to første udstillinger på 1. sal lyder super spændende, men det er nok mest min personlige interesse der bliver vakt.</p> <p>3: Synes det er godt. Det er fedt at udstillingerne indeholder så forskellige elementer.</p> <p>4: Ja, jeg kan godt lide at hvert rum har en \"speciel\" ting, som fx det store billede af klostret, det billede af en udsigt, der skiftede farve, et spil man kan spille. Det gjorde det spændende, for så blev jeg</p> | <p>5: Ja lydene er en god ide - giver stemning og driver ens nysgerrighed videre i udstillingen. Sandkassen er også en god ide. Søjlerne er også en god ide som alternativ til montre</p> <p>6: QR koder og høretelefoner</p> <p>7: Det har været spændende at prøve noget nyt</p> |

| | | |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>nysgerrig for at se, hvad det næste rum ville bringe.</p> <p>Jeg har glemt at kommentere på lydene. Der er flere steder, der er beskrevet at man kan høre lyde fra rummet ved siden af, som fx naturlyde, arbejdende folk m.m. Så længe de ikke ødelægger oplevelsen i det rum, man er ved at udforske, så lyder det som en <u>fin appetitvækker</u>.</p> | |
| Hvordan ville dette koncept påvirke din lyst til at besøge museet? | <p>1: Jeg ville nok overveje det en ekstra gang, især hvis jeg havde børn med, da jeg selv er ret godt inde i dansk historie, vil jeg nok ikke tage derind alene.</p> <p>2: Jeg er ikke helt med på, hvilket koncept du spørger til. Er det QR-koderne? Er det Spillet i starten? Spillet er en skide god idé. QR-koderne falder lidt til jorden med mig, fordi det er en forlængelse af det "kedelige" generelle information. Men alene pga. af de to udstillinger ovenpå, kunne jeg meget vel finde på at besøge museet.</p> <p>3: Positivt</p> <p>4: Jeg får lyst til at besøge museet.</p> | <p>5: Hvis jeg var skolelærer ville jeg helt klart komme igen med en ny klasse hvert år</p> <p>Jeg får lyst til at komme igen, hvis jeg ex får gæster eller børn på besøg</p> <p>6: Positivt</p> <p>7: Jeg vil gerne prøve det</p> |
| Hvordan har testformen påvirket dig undervejs? | <p>1: Tror ikke den har påvirket mig, men det var da en anderledes måde at lave en brugertest på, så topkarakter herfra.</p> <p>2: Igen er jeg ikke helt sikker på jeg forstår spørgsmålet. Men testmetoden var meget lang, og jeg fik derfor en fornemmelse af, at museet ville føles lige så langt og kedeligt. Mange steder læste jeg ikke det hele, og mange steder blev der gentaget - hvilket du nok ikke kan komme uden om. Jeg gik i kælderen først og derefter ovenpå, og da jeg så skulle afslutte, var jeg nød til at gå i kælderen igen, for at komme til valgmuligheden at forlade</p> | <p>5: Er lidt i tvivl - det på plancherne? Jeg ville nok have svært ved at stå stille længe nok til at læse det hele. Vil hellere have det læst op</p> <p>6: Der blev måske lidt for mange ting og mange detaljer. Formen kan sagtens bruges. Det er nemt at finde rundt i. Jeg fik lyst til at besøge et sådant sted.</p> <p>7: Man blev grebet af det og fik lyst til at fortsætte. For hvad var der næst efter.</p> |

| | | |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>museet.</p> <p>3: Ved ikke</p> <p>4: Fint, lidt lang tid, men jeg var informeret om det. Blev dog lidt utålmodig udervejs. Det var ikke nemt for mig at finde ud af museet igen, haha, men det svarer meget godt til min stedsans i virkeligheden. Det havde været godt, hvis der var en plantegning over museet, så man også kunne finde rundt selv.</p> | |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|