

Titelblad

Projekttitel: I oldtidens fodspor – et digitalt oplevelsesprodukt

Universitet: Aalborg Universitet – 31. maj 2012

Typeenheder: 334.735

Sidetæl: 139,47

Semesterretning: Oplevelsesdesign - 10. semester

Gruppen: Amalie Kirstine Qvistorff & Marianne Brown Thomsen

Vejleder: Jens F. Jensen

31. maj 2012

Amalie Kirstine Qvistorff

31. maj 2012

Marianne Brown Thomsen

Indhold

English abstract	5
Indledning	8
Grundlag for udvælgelsen af Oldtidsstien.....	10
Beskrivelse af Oldtidsstien.....	10
Kort om oldtiden.....	11
Museernes rolle anno 2012.....	12
Brugerne og deres rolle på museet	16
Problemformulering	19
Museernes besøgende	22
Målgruppe	24
Processtruktur for specialet	25
Model over strukturen for projektet.....	25
Oplevelsesøkonomien	29
Oplevelsesbegrebet	29
Delkonklusion	33
Augmented reality	34
Forklaring af AR	35
AR's typologier.....	41
Delkonklusion af AR.....	42
Beskrivelse af tjenester	43
Indledende til empiriindsamling	45
Empiriindsamling	45
Egen proces.....	46
Testmetoder	49
Quick and dirty-metode - af Robert Rubinoff.....	49
Eventens DNA - af Christian Have	50
ID360 destination management value system (senere bare ID360) - af KvistgaardConsulting og VisitNordjylland.....	51
Oplevelsesmatricer - af Peter Kvistgaard og John Hird.....	52
Field Guide for The Experience Economy - af Joseph Pine og James Gilmore.....	53

Egen testmetode	55
Delkonklusion	64
Bearbejdelse af empiri	66
Metodisk tilgang til forundersøgelsen	66
Refleksioner over metoden	68
Anvendelse af vores egen testmetode	70
Begrundelse for udvælgelse af cases	71
Beskrivelse og analyse af cases	72
Beskrivelse af byvandring i Aarhus - Kvindemuseet	72
Analyse af byvandring i Aarhus - Kvindemuseet	73
Beskrivelse af Aarhus StreetMuseum – Den Gamle By	78
Analyse af Aarhus StreetMuseum – Den Gamle By	79
Beskrivelse af VÆGGEN - Københavns Museum	84
Analyse af VÆGGEN – Københavns Museum	85
Beskrivelse af Syv Vikinger – Moesgård Museum	89
Analyse af Syv Vikinger – Moesgård Museum	90
Beskrivelse af Laguthewas togt – Moesgård Museum	96
Analyse af Laguthewas togt – Moesgård Museum	97
Beskrivelse af StreetMuseum - Museum of London	102
Analyse af StreetMuseum - Museum of London	103
Delkonklusion	108
Begrebsafklaring	112
Det gode oplevelsesrum	112
Autenticitet – i naturen	116
Storytelling ude i naturen	118
Delkonklusion	121
Oplevelsesafsnittene	123
Analyse af oplevelsesbegrebet	123
Indlevelse i oplevelsen	124
IKT og oplevelser	127
Teknologi og oplevelser	129
Delkonklusion	131

Liste med fordele og ulemper	132
Den nuværende situation på Oldtidsstien	134
Analyse af Oldtidsstien	134
Opsummering af situationen	138
Oldtidsstien sat i forhold til liste	139
Introduktion til konceptudviklingsprocessen	141
Brugerne	141
Brugerne på Oldtidsstien	141
Fokusgruppe interview	142
Metode til fokusgruppeinterview	143
Intro til konceptet	145
Udbyttet af fokusgruppeinterview	145
Delkonklusion	149
Valg af medier i konceptet	151
Udfordringer i udarbejdelsen af konceptet	152
Download og intro til applikationen	154
Praktiske informationer	155
Formål med oplevelsen	157
Storyboard – En tur rundt på Oldtidsstien	157
Overordnet til konceptet	164
Interaktionsformen	165
Designstil i applikationen	166
Oplevelsesdesignet	166
Gennemgående teknologi i konceptet	167
Monumenterne på Oldtidsstien	169
Fortælleren	169
Jens Michelsens Toft - Solhjulet	170
Monument 1 – Kobberupkisten fra Skive (gravkammer fra bondestenalderen).....	172
Undervejs på stien – Højryggede agre	176
Undervejs på stien - Giberå	178
Monument 2 – Dyssen på marken	180
Undervejs på stien – Ellesumpen	182

Undervejs på stien - Oldtidsskoven	186
Monument 3 - Langdyssen på strandmarken	193
Monument 4 – Fiskerhuset	196
Monument 5 – Tustruphuset – et kulthus fra bondestenalderen	198
Monument 6 – En revolutionær runesten	201
Monument 7 – Jernalderhuset	206
Monument 8 – Vikingehusene	211
Refleksioner	222
Konklusion	225
Ansvarsliste	229

English abstract

This thesis originates from our interest in cultural heritage and the dissemination thereof. There seems to be a paradox in the fact that many museum visitors are finding museums boring although the museums have an obligation to disseminate to the general public. We wonder if this might be the cause to the fact that the number of museum visitors are decreasing. It appears to us, that previously there was a tendency for museum exhibitions to lack experience-oriented communication and that the exhibitions now need renewal in their way of communicating with the audience. The dissemination of the cultural heritage in the museums has become outdated, and consequently the museums have excluded their intended audience by not accommodating their needs in an attempt to intermediate their artifacts and specified knowledge. This problem has forced the museums to reevaluate their position in society and to undergo a radical change in terms of changing their self-image and the way they approach the audience in order to keep up with time. Our area of concern contains all of the mentioned thoughts, this amounts in our main research question

- How can you make Oldtidsstien, at Moesgård Museum, more experience-orientated by integrating both analog- and digital elements – based on augmented reality – into the experience, and at the same time make sure that the academical context and authenticity – nature and the monuments on the Oldtidsstien - are preserved ?

This thesis is both empirical, analytical and theoretical in its foundation with focus on how new media and technology can support the mediation of the cultural heritage on Oldtidsstien, which is a part of the exhibition at Moesgård Museum.

The theoretical foundation for this thesis consists of a variety of theories related to our research question - storytelling, authenticity, defining an experience and experience spaces. In addition to the theoretical foundation we have developed a custom-designed empirical method, based on existing methods, designed to explore and develop experience design in different contexts, and we developed a method specifically to examine museums whose foundation of mediation is made through digital communication.

Furthermore we conducted several surveys of a variety of best-practise cases of different museums exhibitions where the foundation of the mediation had a digital approach. We also had a focus group to investigate our object of interest – Oldtidsstien – by letting them experience the route first hand while we were observing them. Afterwards we conducted an interview with the focus group to learn more about their thoughts and suggestions related to their experience from their visit to Oldtidsstien.

In a combination of applying the knowledge obtained both by the interview we conducted with the focus group and our own results as well as a theoretical perspective, we developed a concept with the objective of improving the current conveyance on Oldtidsstien. The solution we have come up with has made an endeavour to make Oldtidsstien more contemporary and more experience-orientated in terms of engaging the users more in the dissemination through integrating different technologies. Hopefully this will help optimizing the user experience.

Our recommendations for intermediation of cultural heritage as to developing an experience-design and at the same time attempting to improve the dissemination, are first of all that you have to create cohesive narrative in the design, and thereby hopefully make the experience more user-friendly. Moreover it is essential to create a holistic narrative making the concept appear cohesive to the user, and thereby the user will be aware of how the different elements of the concept are linked to each other.

Furthermore, it is important to include and activate the users in the dissemination, and thereby create something that will engage them more in the overall experience. And when it comes to using technology and new media in an experience-design you have to carefully consider why you want to implement it, and thereby make sure that these elements serve to support the intermediation and avoid that they are not just used for the sake of their availability.

Our concept is based on a virtual historical person, who has a relation to Moesgård. He serves as a guide for the audiences throughout the tour on Oldtidsstien and also as a mediator between the historical heritage on Oldtidsstien and the visitors and – making it a holistic experience. The dissemination is based on an application that can be downloaded by the users. The intermediation of the monuments consists of a

variety of different ways to engage and involve the users through analog as well as digital elements, using augmented reality as the main technology.

Indledning

De senere år har museumsformidling undergået en stor forandring, hvor fokus i den museale praksis tidligere har været på samlingen og nu mere er centreret på brugerne og inddragelse af dem i formidlingen. Denne udvikling har grobund i forskellige ting. Mange kulturinstitutioner er gennem en lang årrække blevet udfordret på deres autoritet, hvilket også har ændret situationen for museumsverdenen. En anden faktor der gør sig gældende er, at vi bevæger os ind i den digitale tidsalder, hvor de digitale teknologier influerer virkeligheden, og denne kultur medfører også, at brugerne er blevet mere aktive og bevidste om deres medindflydelse på deres oplevelser.

”Når det gælder digital tovejskommunikation, er der stor forskel på udnyttelsen og udviklingen i danske museer. Variationen skyldes ikke blot, at det er dyrt at udvikle en række af de digitale dialogformer, men også at en række af disse former udfordrer grundlæggende forståelser af, hvordan museer kommunikerer som institutioner i forhold til genstande og publikum.”¹

Endvidere har overfloden af kulturelle oplevelser, der bliver udbudt, været med til at ophæve skellene mellem populærkultur og finkultur. Dette har medført, at forbrugerne har ændret adfærd og er blevet mere kritiske overfor oplevelsestilbud. De er ikke længere loyale, men derimod mere selektive i deres udvælgelse og går efter den bedste oplevelse. Dette kræver, at dem som udbyder oplevelserne, herunder museerne, skal kæmpe endnu mere om forbrugernes opmærksomhed. Dette stiller krav om, fra brugernes side, at formidlingen skal være spændende og relevant.²

Der er desværre en tendens til, at mange danskere generelt ikke går på museum. En tredjedel kommer slet ikke på museerne, og en tredjedel kommer kun sjældent.³ Vi synes, at denne udvikling er interessant, og vi ser dette felt som en spændende udfordring at beskæftige sig med. Vores interesse ligger også i, hvorledes man potentielt kan være med til at skabe et oplevelsesdesign, som kan være med til at forbedre museumsoplevelsen, hvor digitale teknologier er inde og give oplevelsen en

¹ Drotner et al 2011:15

² Kulturarvsstyrelsen 2009:10

³ Ibid:3

ekstra dimension. Endvidere er det også spændende for os, at se på alle de processer der ligger bag en sådan udvikling, hvilket også er en stor del af dette speciale.

Vi har indgået et samarbejde med Moesgård Museum, som er vores rekvirent i forbindelse med specialet. Vores interesse i forhold til et samarbejde med Moesgård Museum opstod i forbindelse med et tidligere besøg på stedet, hvor vi var ude og gå en tur på Oldtidsstien. I den forbindelse fandt vi, at formidlingen af de forskellige monumenter, der er langs ruten, ikke rigtig kommer til deres ret, idet historien bag disse ikke blev formidlet tydeligt for os som brugere. Dette synes vi var et interessant problemfelt at arbejde med. Helt konkret tager specialet udgangspunkt i problemstillingen om, hvorledes Oldtidsstien kan gøres mere attraktiv for brugerne at besøge. Endvidere ligger udfordringen også i, at formidle historierne der ligger bag alle monumenterne langs stien, så brugerne rent faktisk bliver gjort opmærksomme på, at disse er tilstede. På vores eget besøg langs Oldtidsstien blev vi skuffede over, at den eneste informationskilde der var at finde på selve stien, var en række informationstavler. Endvidere var vi ved at fare vild et par gange, da den eneste indikator for hvor man skal gå hen består af nogle hvide sten, der er placeret rundt langs stien.

Det er væsentligt at pointere, at interaktionen mellem værk og publikum i det fysiske museumsrum stadig spiller en afgørende rolle i forhold til den daglige museumspraksis. Dog medvirker kombinationen af den personlige computer, mobiltelefonen og internettet til, at udvide og transformere de kontaktmuligheder der er til stede museet og potentielle brugere imellem. ⁴

*"(...)computer, mobil og internettet er alle teknologier, der gør det muligt at skabe, lagre, udveksle og omforme kommunikation."*⁵

For ikke at forvirre læseren kommer der i det følgende afsnit en kort introduktion til, hvorfor vi valgte Oldtidsstien som case samt en kort beskrivelse af Oldtidsstien, da der refereres til denne allerede i begyndelsen af specialet

⁴ Drotner et al 2011:13

⁵ Ibid:13

Grundlag for udvælgelsen af Oldtidsstien

Vi har været ude på Oldtidsstien af flere omgange og gået hele ruten. Dette gjorde vi både for at få et bedre indblik i selve oplevelsen ud fra et brugerperspektiv, og for at få en bedre ide om hvad der er af fortællinger langs ruten, og hvorledes kulturhistorien blev formidlet.

Efter vores første besøg på Oldtidsstien besluttede vi os for, at det skulle være det oplevelsestilbud, vi ville arbejde med i vores speciale og udarbejde et koncept til. Dette besluttede vi dels på baggrund af, at ruten er i sig selv en smuk naturoplevelse, og dels vurderede vi, at der var et stort uudnyttet oplevelsespotentiale, da meget af den kulturhistoriske formidling gik tabt i formidlingen.

Beskrivelse af Oldtidsstien

Moesgård Museum udbyder som en del af deres udendørs formidlingstilbud en tur på *Oldtidsstien*, samt to andre stier henholdsvis *Den korte tur* og *Den lange tur*. Vores fokus vil dog primært været rettet mod formidling af Oldtidsstien.

Selve ruten er omtrent fire kilometer lang, og den er markeret ved hvide sten langs ruten. Moesgård Museum beskriver rutens forløb på følgende måde:

”Stien snor sig gennem herregårdsparken, ned over åbne overdrev, gennem højskov og sumpe langs Giberåen helt ned til Moesgård Strand og tilbage til herregården igen gennem den stemningsfyldte skov.”⁶

Moesgård Museums intentionen med Oldtidsstien er, at den skal fungere som en tidsrejse gennem oldtiden. Tanken er, at der skal formidles kulturhistorie på Oldtidsstien. Dette skal ske gennem gamle rekonstruerede oldtidshuse og oldtidsmindemærker fra henholdsvis jernalderen, stenalderen og bronzealderen, som er undervejs på ruten.

⁶ Hjemmeside 12

Kort om oldtiden

Da der i specialet udvikles et produktforslag til Oldtidsstien, vil der derfor komme en kort beskrivelse af oldtiden, så dette kan være med til at skabe en forståelsesramme hos læseren omkring den tid, som Moesgård Museum forsøger at formidle på stien.

Oldtiden strækker sig over en meget lang periode i danmarkshistorien fra 13.000 f.Kr. til 800 e. Kr.. De mest kendte perioder i oldtiden er sten-, bronze- og jernalderen.⁷

Stenalderen gik fra 13.000–4000 f.Kr. og i denne periode var Danmark primært et jægersamfund⁸ og ved slutningen af stenalderen, i Ertebølle-kulturen, havde havet fået en stor betydning som fødekilde.⁹

Inden bronzealderen kommer bondestenalderen, som strækker sig fra 4000-1700 f.Kr.. I løbet af denne periode, over en årrække på 300 år, bliver de klassiske dysser bygget over hele landet. Sådanne dysser kan bl.a. ses på Oldtidsstien.¹⁰

Dernæst kommer bronzealderen, som strækker sig over perioden 1700-500 f.Kr.. Navnet på perioden er lidt absurd, idet der ingen bronze var at finde i Danmark, men importeret fra udlandet. Det var i bronzealderen der blev bygget gravhøje rundt i Danmark og tiden hvor man i moser fandt smykker mm. Man har fundet tegninger af solvognen på rageknive og fund af blæseinstrumentet luren.¹¹

Den sidste kendte periode i oldtiden er jernalderen, som strækker sig over perioden 500 f.Kr.-800 e.Kr.. Der tales om forskellige perioder indenfor jernalderen – jernalder før romersk tid¹², romersk jernalder¹³ og germansk jernalder.¹⁴ Det var under jernalder før romersk tid, at man fandt Tollund- og Grauballemanden, hvilket var med til at give en forståelse af disse menneskers liv.¹⁵ Under germansk jernalder fandt man de syv

⁷ Hjemmeside 19

⁸ Hjemmeside 20

⁹ Hjemmeside 21

¹⁰ Hjemmeside 22

¹¹ Hjemmeside 23

¹² Hjemmeside 24

¹³ Hjemmeside 25

¹⁴ Hjemmeside 26

¹⁵ Hjemmeside 24

kilo tunge guldhorn, og tiden hvor den danske befolkning troede på Asa-troen, hvor Odin var hovedfigur og Balder-myten var vigtig for folket.¹⁶

Museernes rolle anno 2012

*"Museernes digitale tilstedeværelse åbner nye muligheder for at gøre museet tilgængeligt for flere målgrupper af borgerne. Også dem, der ikke kommer fysisk på museerne. Derfor er det vigtigt, at det fysiske museum er tilgængeligt på flere platforme (Hvass 2010:3)."*¹⁷

Dette citat illustrerer meget godt museernes rolle i dag - anno 2012. I nutidens Danmark er der megen fokus på, hvilke nye muligheder forskellige digitale elementer i en museumssammenhæng kan medføre. Dette lader sig både gælde inde i det fysiske museumsrum og ude af de klassiske rammer i det offentlige rum. Det er især interessant, hvorledes disse tiltag potentielt kan medføre et nyt klientel til museerne.

I museumsloven § 1 står bl.a. at Danmarks museer skal:

*"(...) fremme museernes virksomhed og samarbejde med henblik på at sikre Danmarks kultur- og naturarv samt adgang til og viden om denne og dens samspil med verden omkring os."*¹⁸

I dette står implicit også, at museerne hele tiden skal sikre adgangen til landets kulturarv. Dette skal så ske på sådan en måde, at folk har lyst til at besøge museerne og på den måde få adgang til kulturarven.

For at få folk til at besøge museerne er det f.eks. en mulighed at inddrage brugerne. Denne problemstilling kommer administrerende direktør Nina Simon fra The Museum of Art and History ind på i hendes bog *The Participatory Museum* fra 2010. Heri beskriver hun bl.a.:

¹⁶ Hjemmeside 26

¹⁷ Rudloff 2011:79

¹⁸ Hjemmeside 8

*"How can cultural institutions reconnect with the public and demonstrate their value and relevance in contemporary life? I believe they can do this by inviting people to actively engage as cultural participants, not passive consumers."*¹⁹

Simon taler om, at engagere brugerne så de ikke blot er passive brugere. Denne vinkel kommer Kirsten Drotner mfl. i bogen *Det interaktive museum* også ind på.

De beskriver, hvorledes det er vigtigt at huske, at museerne ikke kan anvende digitale elementer som en slags redningsplanke. Det betydningsfulde er, at brugerne kan se præmissen for de digitale elementer, der er indbygget i en oplevelse. Dermed kan digitale tiltag potentielt være med til at øge oplevelsen af de enkelte historiske genstande på Oldtidsstien og på den måde være med til at skabe en merværdi til oplevelsen.²⁰

Hermed ses nogle konkrete udsagn på, hvorledes museernes rolle kan fortolkes i 2012. Ifølge museumsloven er en af museernes primære opgaver at formidle kulturarven. Museumsloven består af fem søjler: indsamling, bevaring, registrering, forskning og formidling, som museerne skal arbejde ud fra.²¹ Hvorledes dette så rent praktisk skal foregå har gennem tiderne forandret sig.

Forskellige museumsfolk har udtalt sig om disse nye tendenser. Her kan bl.a. nævnes Nina Simon fra USA, men også danske museumsfolk bl.a. Kirsten Drotner og Anne Sofie Warberg Løssing som alle har udtalt sig om museumsformidling med fokus på brugerne og på digitale tiltag.

Løssing har udtalt følgende:

"(...) mange museer åbner døre, rækker ud og inviterer brugerne indenfor i museumsprocesserne. De tænker i nye formidlingstiltag og nye teknologier, der kan levendegøre genstandene og fortællingerne om dem. Og mange museer bevæger sig

¹⁹ Hjemmeside 9

²⁰ Drotner et al 2011:184

²¹ Hjemmeside 8

*uden for murerne og fortæller historier i byen eller i landskabet, der hvor fortællingerne og brugerne befinder sig. Museet, som vi kender det, er under forvandling.”*²²

Præcist sætningen med *”(...) mange museer bevæger sig uden for murerne og fortæller historier i byen eller i landskabet, der hvor fortællingerne og brugerne befinder sig(...))”* er interessant i dette speciale. Her udarbejdes der netop et konceptforslag til et formidlingstilbud til Oldtidsstien, som er en del af Moesgård Museums tilbud, og foregår udenfor det fysiske museumsrum. I specialet arbejdes der ud fra den tese, at der er andre ting at tage højde for i udarbejdelsen af oplevelser ude i det fri kontra i et museumsrum. Dette indebærer bl.a. inddragelsen af digitale teknologier som værktøj til at formidle kulturarven.

Netop ved Oldtidsstien befinder kulturarven sig ude i landskabet omkring Moesgård Museum. Derfor skal historierne, der er knyttet til de forskellige monumenter rundt på ruten fortælles ude på de eksakte steder, hvor de autentiske genstande er placeret.

Her kunne Moesgård Museum bl.a. gøre brug af audio tours, da disse netop udmærker sig ved at fungere som et redskab, der guider museumsgæsterne gennem, i dette tilfælde en tur på Oldtidsstien, ved hjælp af forskellige lydfiler og billedetekster koblet til de forskellige monumenter, som findes på ruten. Audio tours'ene kan, ifølge Margot A. Wallace der har skrevet bogen *Branding Museum*, få museumsgæsterne til at forlænge deres museumsbesøg, i det de bliver optaget af audio touren. Dette skyldes at audio tours'ene får brugerne til at engagere sig i museets fortælling, og på den måde kan audio tours'ene potentielt være med til vække flere af brugernes følelser i deres tur rundt med audio tours.²³ Dette er ifølge Wallace godt for læringsprocessen, da det samtidig er med til, at brugerne kan snakke om emnerne, som audio touren kredser om.²⁴

Hermed kan det siges, at det er vigtigt for museerne anno 2012 at kunne gøre deres oplevelse relevant for deres besøgende, da konkurrencen aldrig har været hårdere. Der kommer hele tiden nye tilbud for forbrugerne, så derfor skal museerne være opmærksomme på dette førend at brugerne overhovedet kommer hen til museet. Det

²² Løssing 2009:9

²³ Wallace 2006:123-124

²⁴ Ibid:124

er vigtigt at museerne formår at gøre dette, da det de kan tilbyde brugerne er helt unikt i forhold til, hvad f.eks. Djurs Sommerland kan tilbyde.

Wallace pointerer, at museerne har potentiale for at formidle deres unikke historie. Dette siger han i nedenstående citat:

*"Nobody tells a story like museums can. When it comes to communicating to the world, and mediating messages between different worlds, museums rule. A respected brand with a distinct image and beloved personality can carry the discourse forward all the way."*²⁵

Vi finder dog at Wallaces citat ikke er repræsentativt for mange museer, da citatet desværre langt fra er gældende for alle museer. Mange museer forsøger at gøre det i dag, men mange kunne blive bedre til at formidle netop deres unikke historie. Dog ser vi stadig mange museer, der holder fast i den passive bruger og i envejskommunikationen.

Som Konstantinos Arvanitis i artiklen *Museums Outside Walls: mobile phones and the museum in the everyday* skriver, så handler det både om at bringe museerne ind i hverdagen, men også at få skabt en vej for at hverdagens viden kommer til museerne.²⁶ På den måde kan museerne skabe muligheden for, at deres brugere kan tilgå museets materiale når det passer ind i brugerens hverdag.

Som Arvanitis siger, så har museerne mulighed for at skabe *"museum moments away from the museum building"*,²⁷ hvilket er med til at skabe *museums without walls*.²⁸ Han skriver dog, at dette ikke vil bidrage til berigelsen af ideen om museer.²⁹ Denne tanke kan sagtens være sand, men i mange tilfælde vil den være usand i forhold til hvilke positive indvendinger forskellige brugere har givet udvalgte museer, der netop har benyttet sig af oplevelser væk fra de traditionelle museumslokaler. Senere i artiklen

²⁵ Wallace 2006:180

²⁶ Ibid:171

²⁷ Ibid:171

²⁸ Ibid:171

²⁹ Ibid:171

skriver han, at hvis det er umuligt at realisere *museums without walls*, kan man i stedet satse på *museums outside walls*.³⁰

Generelt kan man i dag tale om *det åbne museum*. Der er mere fokus på fleksibilitet og muligheden for selviscenesættende oplevelser og dermed mindre autoritetstro end man tidligere har set. De nye teknologier er med til at danne mere brugerdrevne og brugerinddragende oplevelser samt skabe nye muligheder for interaktivitet og mobilitet mellem museerne og brugerne.³¹

*"I flere museer begynder man således at gentænke den traditionelle museumsformidling og i højere grad eksperimenterer med nye formidlingsstrategier, digitale teknologier og brugerinddragelse i museet, i byen eller i naturen - der hvor brugerne eller artefakterne befinder sig - i et forsøg på at imødekomme publikum."*³²

I hele dette arbejde med at tænke i nye formidlingsstrategier er det, ifølge Lene Floris formand for Organisationen for Danske Museer, vigtigt, at de enkelte museer holder fast i deres ansvar om, at det er et fagligt indhold de formidler.³³

Brugerne og deres rolle på museet

Når der tales om brugerne og deres rolle på museerne i dag, er det næsten umuligt at komme udenom ordet *brugerinddragelse*. Dette fænomen kommer bl.a. Joseph Pine & James Gilmore ind på i værket *The experience economy. Work is Theatre and every Buisness a Stage*. Deres fokus er på at skabe en oplevelse, hvori brugerne skal engagere og involvere sig.³⁴ Hvis brugerinddragelsen ydermere medfører, at brugerne benytter flere af deres sanser undervejs i oplevelsen er det ifølge Pine & Gilmore optimalt.³⁵

Udover Pine & Gilmore har flere danske museumsfolk udtalt sig om brugerinddragelse. I samarbejde med kulturarvsstyrelsen har disse udgivet bogen *Digital*

³⁰ Arvanitis 2010:175

³¹ Løssing 2009:12-13

³² Ibid:13

³³ Skot-Hansen 2008:125

³⁴ Pine et al 1999:61

³⁵ Ibid:59

Museumsformidling – i brugerperspektiv i 2009. Bogen giver et indblik i hvor museerne i Danmark i 2009 befandt sig i udviklingen med digital museumsformidling. I en af artiklerne skrevet af Anne Sophie Warberg Løssing *Museet i forandring* beskriver hun, hvorledes brugernes rolle i dag er anderledes end tidligere set:

*”Brugeren indtræder i en mere aktiv rolle som følge af de digitale mediers interaktive potentiale.”*³⁶

Videre i samme artikel kommer Løssing ind på hvilke betydninger de digitale teknologier har for museumsgæsten:

*”De digitale teknologier kan således bidrage til at udvide museumsoplevelsen, fordi de muliggør en mere alsidig og levende formidling, hvor den enkelte bruger er i centrum.”*³⁷

Brugerne og deres rolle på museet har forandret sig, idet der i dag er mulighed for at de kan indtage en aktiv rolle under deres museumsbesøg. Det skal dog understreges, at det er vigtigt at museerne gør det klart for brugerne, at de har mulighed for selvstændigt at tage stilling til, hvorvidt de ønsker at være aktive eller passive under deres museumsbesøg.³⁸ Som Løssing så rigtigt siger:

*”Museerne skal kunne favne begge grupper og alt derimellem, så når museerne forsøger at komme tættere på fremtidens publikum, må de ikke glemme deres egen stemme og faglighed.”*³⁹

I den sammenhæng er det også interessant at komme omkring *interaktivitet*. Dette skriver Kjetil Sandvik i artiklen *Fortælling som kollektiv proces – om kollektiv tilrettelagte multimediale fiktionsverdener, deres fascinationskraft og udfordringer* om:

*”Interaktivitet er ikke interessant i sig selv; der må også være noget, der får brugeren til at ønske at interagere.”*⁴⁰

Dette aspekt er vigtigt i arbejdet med at udvikle konceptet, således at det endelige resultat potentielt kunne give brugerne et ønske om at interagere med oplevelsen.

³⁶ Løssing 2009:12

³⁷ Ibid:13

³⁸ Ibid:15

³⁹ Ibid:16

⁴⁰ Sandvik 2004:5

Generelt kan der både nævnes fordele og ulemper ved de nye tendenser indenfor museumsverdenen. På en måde kan man tale om, at de nye teknologier er med til at skabe en større afstand mellem brugerne. Dette skyldes at mange af de nye formidlingsmetoder er mere individbaseret, idet der er mulighed for at anvende ens egen mobil mm. til at optimere sin oplevelse på turen rundt på museet. Derfor kan man tale om, at brugerne er mindre sociale end man så førhen. Dog kan man også vende dette om og tale om, at mange af de nye formidlingstilbud museerne tilbyder er mere sociale end tidligere muligheder. Dette skyldes, at de nye tilbud kræver mere interaktivitet med artefakterne og de andre gæster, for at få *det ekstra* ud af sin museumsoplevelse. Dermed kan der tales om mere brugeraktivitet, hvilket kan være med til at skabe flere sociale relationer under et museumsbesøg.⁴¹

Når der tales om brugerens rolle anno 2012 kommer Torben Holm, tidligere leder af Struer Museum, med et fint citat, som meget rammende beskriver, hvad der er vigtigt for museerne at holde fast i forhold til deres udvikling:

*”Efter min mening karakteriseres det intelligente museum nemlig ikke mindst af, at der er optimale muligheder for at lytte, se, opleve, deltage – og især bidrage!”*⁴²

Hermed sagt, at det er vigtigt, at museerne tilbyder forskellige muligheder til deres forskellige brugergrupper. Brugere har altid været og er stadig meget forskellige. Derfor kan man ikke tage dem alle over en kam og definere, hvad der er korrekt at gøre. Det som er vigtigt i dag er, at museumsgæsterne har mulighed for at foretage de tilvalg, som de finder interessante for dem personligt under deres museumsbesøg. Det museerne så skal gøre er, at foretage nogle valg i forhold til hvilke signaler de ønsker at sende i forhold til de nye tendenser. Det som er vigtigt er, at der skal være mening med at tilføre nye digitale elementer til det enkelte museums udstillinger. Teknologierne skal tilføre en merværdi og skabe nye muligheder for brugerne, og ikke blot anvendes fordi det måske ser smart ud.

Derudover kommer Christian Heath & Dirk vom Lehn i artiklen *Interactivity and Collaboration: new forms of participation in museums, galleries and science centres* fra 2010 med en interessant tanke omkring begrebet *interaktivitet*. Forfatterne skriver at

⁴¹ Løssing 2009:13

⁴² Holm 2009:69

der i bogens skrivende stund (red. 2010) ikke kendes meget til effekterne af netop interaktivitet på museer, gallerier og science centre. Her tænker de på hvorledes museumsgæsterne forstår det og lærer ud fra det.⁴³ Heath & Lehn kender til situationer hvor begrebet *interaktivitet* forveksles med *social interaktion* og *samarbejde*. Dette er en fare ved de nye former for deltagelse rundt på forskellige museer mm. og kan medføre, at gæsterne ikke ender med at få det optimale ud af deres museumsbesøg grundet forvirrende signaler fra museets side.⁴⁴

Derfor er det meget vigtigt, at det enkelte museum bruger tid på at beslutte, hvilke tiltag de skal tilføre deres eksisterende udstilling(er). Der skal være en mening med alt, og budskabet med udstillingen skal være tydelig for brugeren således, at brugeren ved hvad han/hun skal gøre i udstillingen. Det er bedre med f.eks. to muligheder for *interaktivitet* i en udstilling, der virker perfekt og som der er en pointe med i forhold til udstillingens tema, end at der er fem steder som virker halvt, og som brugerne ikke helt kan forstå pointen med i forhold til udstillingen. Museerne skal hele tiden tænke i brugervenlighed frem for alt.⁴⁵

Problemformulering

Det hele munder ud i vores problemformulering. Denne består af et hovedspørgsmål og fire underspørgsmål. For at kunne besvare hovedspørgsmålet er det nødvendigt at besvare underspørgsmålene, idet de skal ses som spørgsmål, der skal besvares, inden vi kan besvare selve hovedspørgsmålet.

Efter hvert underspørgsmål kommer der en kort præsentation af hvor i specialet disse besvares, og der vil endvidere være delkonklusioner løbende i specialet, som samler op på underspørgsmålene. Endvidere vil både hovedspørgsmålet og underspørgsmålene også blive besvaret i specialets konklusion.

⁴³ Heath et al 2010:267

⁴⁴ Ibid:267

⁴⁵ Ibid:275-276

Hovedspørgsmål:

- Hvordan kan man gøre en tur på Oldtidsstien, som er en del af Moesgård Museum, mere oplevelsesorienteret ved at integrere både analoge- og digitale elementer – herunder elementer baseret på augmented reality – i oplevelsen, hvor den faglige kontekst og autenticitet i den omkringliggende natur samt ved monumenterne på Oldtidsstien samtidig bevares?

Problemformuleringens hovedspørgsmål vil blive illustreret i konceptet, hvor vi, ud fra vores analyse, kommer med vores bud på, hvorledes et konceptløsningsforslag kan udformes. Spørgsmålet vil både blive besvaret i afsnittet *Autenticitet - i naturen* og samtidig blive besvaret i konklusionen.

Underspørgsmål:

- Hvordan kan vi undersøge disse oplevelser ved at designe vores egen testmetode, og hvad skal denne indeholde?

Det første underspørgsmål besvares i afsnittene *Dataindsamling og Testmetoder*. De introducerer vores egen fremgangsmetode, og hvordan vi har gjort, samt en beskrivelse af allerede eksisterende metoder, som vi bygger vores metode ud fra. Endvidere er der i modellen indbygget et digitalt element, da dette er meget centralt for vores hovedproblemstilling. Alt dette munder ud i afsnittet *Egen testmetode*. Her præsenterer vi, hvad vi mener, der er relevant at have med i vores egen testmetode, således vi kan undersøge de forskellige cases.

- Hvordan har forskellige museer skabt historieformidling i form af en oplevelse med digitale elementer i og udenfor museernes fysiske rammer, og hvilke erfaringer kan vi drage af de allerede eksisterende oplevelsestilbud?

Ovenstående spørgsmål besvares bl.a. i afsnittet *Anvendelse af vores egen testmetode*, her opridses vores egen testmetode kort og vi beskriver med hvilken baggrund vi har udvalgt de forskellige cases. Dog besvares spørgsmålet primært i afsnittet *Beskrivelse og analyse af cases*. Her bliver samtlige cases beskrevet og analyseret på baggrund af vores egen testmetode.

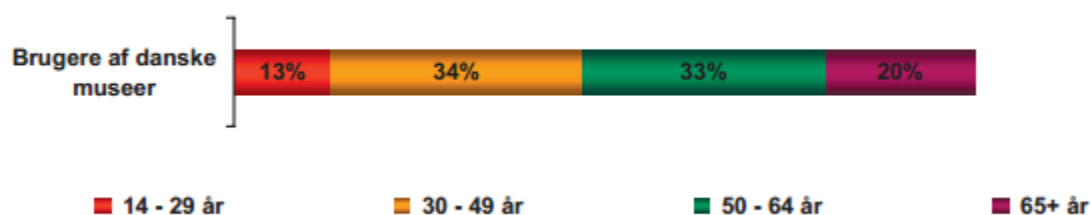
- Hvilke digitale og analoge tiltag kan være givende at integrere i det endelige oplevelsesprodukt, således at turen rundt på Oldtidsstien bliver mere engagerende og underholdende med fokus på brugerinddragelse?

Dette spørgsmål besvares i afsnittene *Det gode oplevelsesrum*, *Autenticitet – i naturen*, *Storytelling*, *Design og udvikling af oplevelser*, *IKT og oplevelser* samt *Teknologi og oplevelser*. I disse afsnit diskuteres og reflekteres der løbende for, hvad det er for analoge og digitale elementer, vi skal overveje i forhold til udarbejdelsen af konceptet med hensyn til at engagere, underholde og inddrage brugerne. Endvidere beskrives brugernes egne tanker om dette i afsnittet *Udbyttet af fokusgruppeinterview*. I afsnittet *konceptbeskrivelsen* beskrives de konkrete tiltag der integreres mere detaljeret.

Museernes besøgende

I 2009 udfærdigede Gallup en landsdækkende undersøgelse for Kulturarvsstyrelsen, som havde til formål at afdække hvem museumsbrugerne består af i dag. Undersøgelsen dækker alle statslige og statsanerkendte museer og inkluderer dermed alle kunst-, kulturhistoriske- og naturhistoriske museer. I sagens natur vil vi dog kun inddrage undersøgelsens resultater for de kulturhistoriske museer i specialet, da det kun er disse, der har interesse for os, idet Moesgård Museum hører ind under denne kategori. Endvidere vil vi også se på nogle af de overordnede tal, som tegner et helhedsbillede af danskernes brugsvaner af museer.

Figur 1.5 Fordeling af brugere på alderskategorier



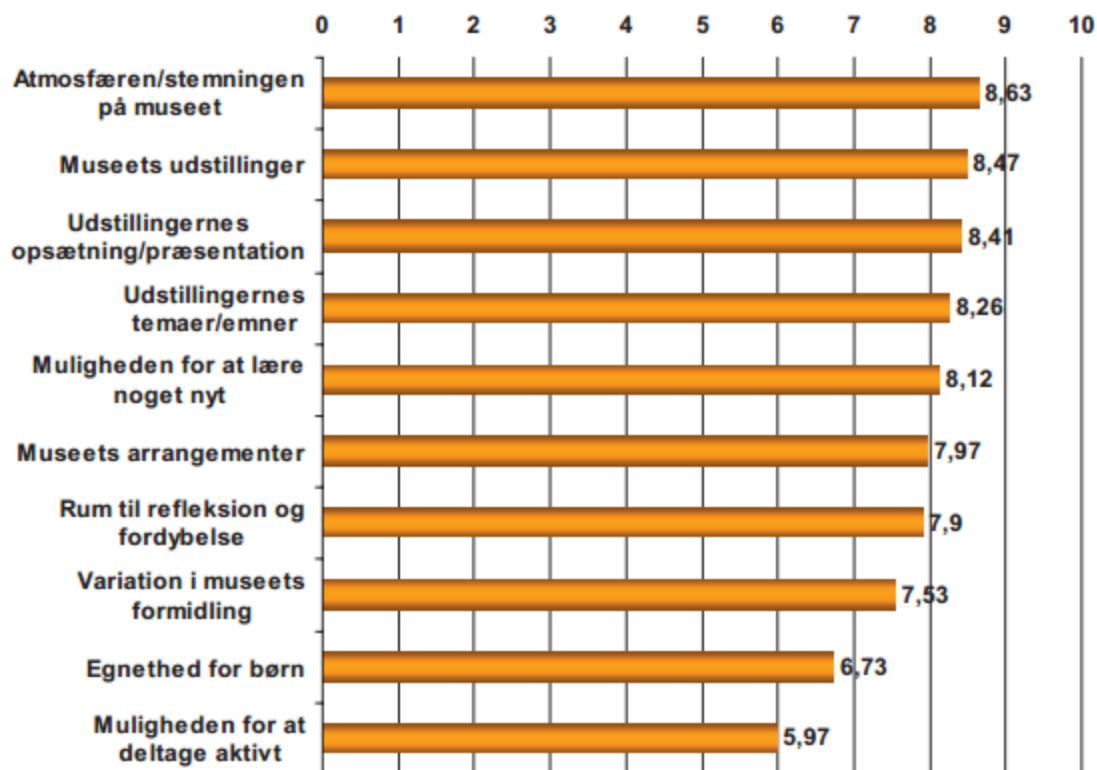
46

Ovenstående figur viser, at langt størstedelen af dem der går på museum i dag er over 30 år.

Undersøgelsen viser også, at museumsoplevelsen i det fleste tilfælde er en social begivenhed, idet der kun er en ud af ti museumsgæster der går på museum alene. Derfor vil vores koncept også være noget, som henvender sig til museumsgæster, der går i grupper.

⁴⁶ Hjemmeside 89

Figur 3.8 Brugernes vurderinger af kunstmuseernes kerneydelser



47

Undersøgelsen danner et billede af, at noget af det brugerne synes, at de kulturhistoriske museer kan blive bedre til er at variere i museets formidling og gøre det muligt for brugerne at deltage aktivt. Dette er noget, vi vil bestræbe os på at indbygge i vores koncept via brugerinddragelse og forskellige formidlingsplatforme. Generelt viser undersøgelsen at de ældre brugere er mere tilfredse end de yngre brugere i forhold til museernes formidling, hvilket vi finder som værende en interessant problemstilling i forhold til formidlingen på kulturhistoriske museer. Dette uddybes i nedenstående afsnit.

Målgruppe

Ud fra ovenstående undersøgelse synes vi det kunne være interessant at udvikle et produkt, som henvender sig bredt i sin formidling, hvilket også fordrer en forholdsvis bred målgruppe. Dermed bestræber vi os også på, at vores koncept både skal henvende sig til den befolkningsgruppe, som ikke kommer så meget på museum – folk under 30. Dog vil fokus ikke være på de helt unge museumsgæster. Samtidig skal konceptet også kunne rumme de brugere, der hører til den gruppe, der i forvejen går mest på museum. Denne gruppe spænder rimelig bredt, da den inkluderer folk i alderen 30-64 år. Vi vurderer, at flertallet af ældre måske ikke er så teknologivante, og da formidlingsdelen primært kommer til at forekomme via digitale medier, inkluderes denne brugergruppe derfor ikke som en del af den primære målgruppe.

Endvidere er det vores mål, at konceptet skal gøre formidlingen interessant og brugerinvolverende, hvilket var en af ankerne fra brugerne. Grunden til at vi ikke har børnefamilier som målgruppe skyldes Oldtidsstiens lange rute. Ruten er cirka 4 kilometer lang og derfor vurderer vi, at dette muligvis er for langt for børn. Både at gå og for lang tid at koncentrere sig i. Desuden er der heller ikke nødvendigvis taget højde for formidling i børnehøjde, hvilket kan betyde at noget af det formidlede muligvis ikke egner sig til børn.

Processtruktur for specialet

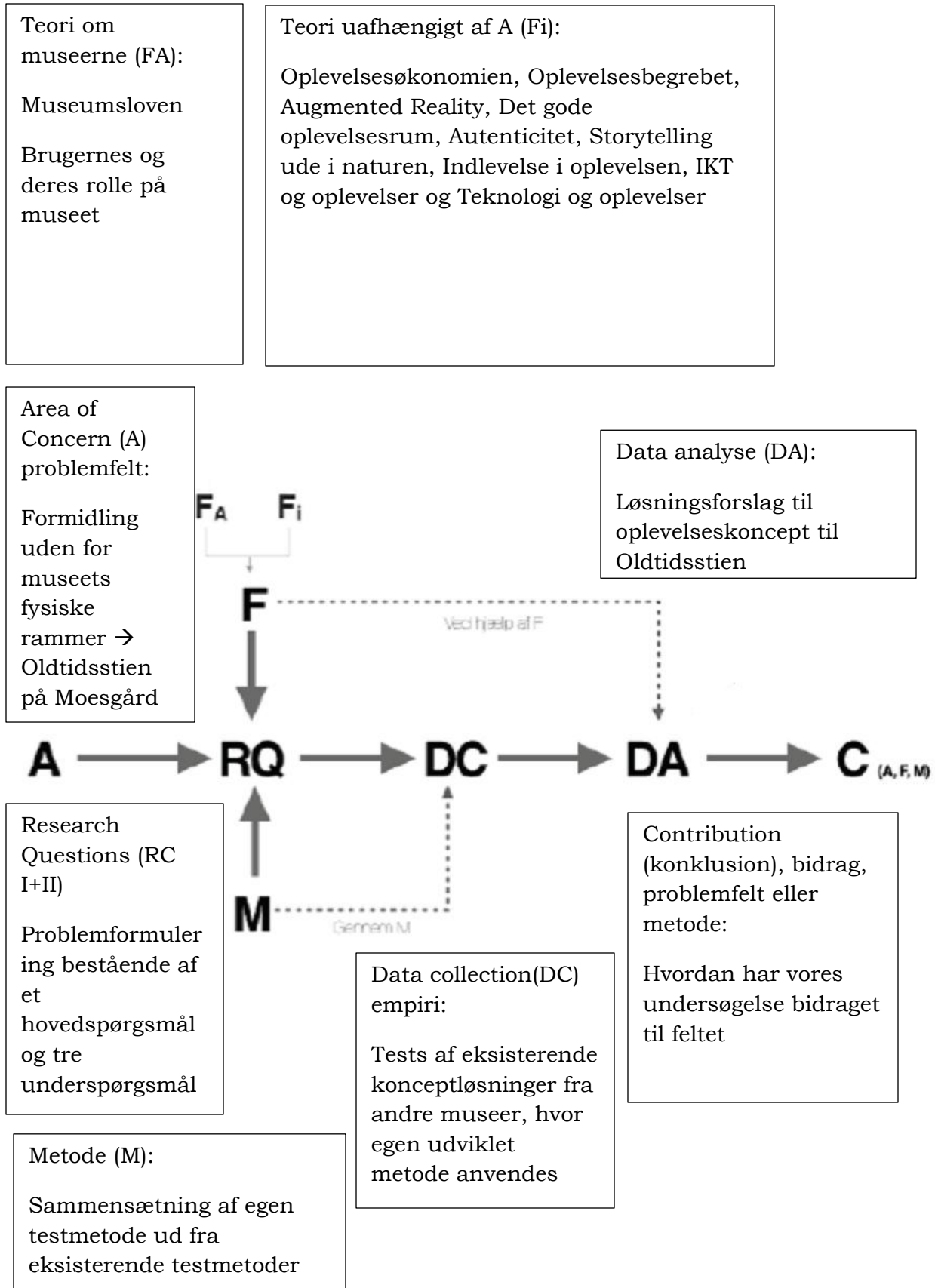
Processen opdeles i to forskellige faser. Den første fase omhandler processen om de forundersøgelser, der forekommer i forbindelse med det researcharbejde, der er foretaget i forbindelse med specialets begyndelse. Dette indebærer besøg på udvalgte cases, som beskrives senere i specialet. Disse undergår en undersøgelse som følge af en specialdesignet testmetode, der er udviklet som en del af specialet. Parametrene som de udvalgte cases undersøges ud fra tager udgangspunkt i den specialdesignede metode. Denne beror på en blanding af en række allerede eksisterende videnskabelige testmetoder, der anvendes i praksis til at analysere forskellige oplevelsestilbud. De eksisterende testmetoder beskæftiger sig ikke med inddragelsen af digitale teknologier som en del af en oplevelse. Derfor inkorporeres dette i modellen vi selv udarbejder, da inddragelse af digitale teknologier i oplevelser er en central del af vores problemstilling. Herefter udarbejdes der en analyse af testresultaterne på baggrund af disse besøg.

Analysen af disse ligger til grund for den anden fase, som omhandler udviklingen af et digitalt oplevelsesdesign i form af et koncept til Oldtidsstien, som er en del af Moesgård Museum. Endeligt vil specialet indeholde en konkluderende redegørelse for hele specialets problemstilling.

Model over strukturen for projektet

Modellen skal ikke anskues som en struktur over specialet, men skal ses som en struktur, der giver udtryk for, hvorledes delene i specialet har sin logiske sammenhæng, og dermed virker den som en læsevejledning. Modellen er fra Lars Mathiassens bog *Style Composition in Action Research Publication: A Critical Analysis of Leading Information System Journals* fra 2010. Modellen er med til at anskueliggøre processen for specialet, hvor problemformuleringens første og andet underspørgsmål fungerer som afsæt til den første analysedel i specialet. Her udvikles en testmetode, hvor ud fra vi analyserer de udvalgte cases. Forundersøgelsen har til formål at afdække, hvorledes forskellige udvalgte museer formidler i og uden for deres fysiske rammer. Den viden der genereres fra resultaterne af denne undersøgelse danner

grundlag for specialets hovedproblemformulering, som udmunder sig i et konceptforslag.



A: Area of Concern (problemfelt)

RQ: Research Questions (problemformulering)

M: Metode

F: Framing af augmentation

FA: Teori om A

Fi: Teori uafhængig af A

DC: Data Collection (Empiri, litteratur, produkt)

DA: Data Analysis (analyse og syntese)

C: Contribution (Konklusion der bidrager til enten problemfest, framework eller metoden)⁴⁸

⁴⁸ Model efter Lars Mathiassen (Aalborg Universitet) 2010

Oplevelsesøkonomien

For at opnå en forståelse for hvorledes museerne kan integreres i oplevelsesøkonomien, er det essentielt at forstå, hvad der gør sig gældende, når vi snakker oplevelsesøkonomi. Her trækker specialet bl.a. på den helt klassiske forståelse, som præsenteres i Joseph Pine og James Gilmores bog fra 1999 *The Experience Economy*. Pine og Gilmore beskriver i dette værk ideen om, at de vestlige landes økonomiers transformation fra serviceøkonomi til oplevelsesøkonomi. Pine og Gilmore er af den opfattelse, at hvis man tilføjer værdi i form af en oplevelse til en vare eller service, vil dette forøge varens eller servicens værdi, således at varen eller services bliver memorabel for kunden og på den måde bliver den en del af oplevelsesøkonomien.

*"An experience occurs when a company intentionally uses services as the stage and goods as props, to engage individual costumers in a way that creates a memorable event."*⁴⁹

Dette tankesæt kan også sættes ned over et museumsbesøg, hvor det er besøget i sig selv, som skal anskues som varen. Noget vi som oplevelsesdesignere skal være opmærksomme på i museumssammenhænge er, at et museum skal holde sig indenfor nogle rammer, således at historien som museet skal formidle og oplevelsen som vi skal designe stadig skal være tro mod hinanden.

Pine og Gilmore kommer dog ikke med en klar definition på, hvad en oplevelse er, hvor der i specialet derfor trækkes på andre kilder til at se nærmere på dette.

Oplevelsesbegrebet

Specialet tager udgangspunkt i en definition af oplevelsesbegrebet ud fra en oplevelsesøkonomisk vinkel. Hertil kobles der en vinkel på angående hvad meningen

⁴⁹ Pine et al 1999:98

er med at anvende digitale teknologier i designet af oplevelser, og hvorledes disse kan være med til at understøtte oplevelser og formidlingen af disse.

Ønsket om at designe en god oplevelse kræver nødvendigvis en forståelse for, hvad begrebet *oplevelse* dækker over. Til at definere oplevelsesbegrebet trækkes der i specialet bl.a. på Christian Jantzen - institutleder for institut for kommunikation på Aalborg Universitet. Dette gøres i en kombination med andre teoretikere indenfor dette forskningsområde.

Jantzen er af den overbevisning, at det er væsentligt at præcisere oplevelsesbegrebet, da det danske ord "oplevelse" ikke er lige så dækkende som det engelske ord *experience*, som har en bredere betydning.⁵⁰ Jantzen kommer med denne definition af *experience*:

"En ophobning af viden og kompetencer, der stammer fra direkte deltagelse i hændelser og handlinger (fx "a man of experience"),

Indholdet i en direkte deltagelse i eller iagttagelse af en hændelse (fx "he had a religious experience")

En hændelse, som den opfattes i hændelsesøjeblikket (fx "a surprising experience").⁵¹

Oplevelsesbegrebet dækkes kun af anden og tredje betydning, hvor begrebet *erfaring* dækker over første betydning. Netop *erfaring* er en essentiel del for at forstå betydningen af *experience*. Specialet vil dog fremadrettet anvende ordet *oplevelse* i en sådan forstand, at den dækker over alle tre ovenstående definitioner.

Nathan Shedroff, Steve Diller & Darrel Rhea mener i bogen *Making Meaning – How Successful businesses deliver meaningful customer experiences* at oplevelsesbegrebet kan beskrives således:

"Regardless of what we call it, "experience" can be described simply as the sensation of change. In other words, an experience is any process we're conscious of and involved in as it happens. To experience something requires that we recognize an alteration to our

⁵⁰ Jantzen et al 2007a:142

⁵¹ Ibid:142

*environment, our bodies, our minds, our spirits, or any other aspect of ourselves that can sense change.*⁵²

I citatet beskriver Shedroff et al, hvorledes de mener, at man skal forstå oplevelsesbegrebet. De beskriver en oplevelse som en slags begivenhed, hvor der sker en forandring, som vi som brugere er interesseret og muligvis involveret i, mens oplevelsen hænder. På den måde kan man tale om, at brugernes involvering i oplevelsen, i følge Shedroff et al, er essentiel for, at der kan være tale om oplevelsesbegrebet.

Denne definition stemmer fint overens med Jantzens definition af en oplevelse, idet han også kommer ind på, at førend at der er tale om oplevelsesbegrebet, så skal brugeren opleve en form for deltagelse i oplevelsen, samt at brugeren skal erfare ud fra sin egen oplevelse.

Specialet anvender også bl.a. Kenneth Hansens værk *Den meningsfulde oplevelse – værdibaseret oplevelsesdesign*. Hansens udgangspunkt for hvad en oplevelse er, tager udspring i et designmæssigt perspektiv. Ifølge Hansen er den meningsfulde oplevelse, det der sker:

*”Dette er altså en helt grundlæggende en social proces [red. den meningsfulde oplevelse]. Et individs indre oplevelser må derfor forklares ud fra de sociale handlingers perspektiv. Mentalitet er så et spørgsmål om, at vi overfor andre kan udpege værdier, hvorved vi opnår kontrol over vores handlinger.(...) Den meningsfulde oplevelse er altså grundlæggende kommunikativ, selvbevidst og social.”*⁵³

Hansens definition på oplevelsesbegrebet er en anelse mere svævende end Jantzen og Shedroff et al. Hansen beskriver oplevelsesbegrebet på en sådan måde, at førend en oplevelse kan karakteriseres som værende meningsfuld, skal der være et kommunikativt, selvbevidst og socialt element til stede under oplevelsen.

Der trækkes på flere kilder for at definere en oplevelse, idet der er forskellige tilgange til, hvad en oplevelse er. Definitionerne der anvendes i specialet er dog forholdsvist enige i deres syn, på hvad en oplevelse er. De kommer alle omkring, at forudsætningen

⁵² Shedroff et al 2008:18

⁵³ Hansen 2011:36-37

for at opleve indebærer, at vi som mennesker har en bevidsthed om selvet, og dermed er bevidste om de erfaringer, vi opnår under en oplevelse. Kenneth Hansen mener, at før en oplevelse giver mening, skal oplevelsen være selvbevidst. Endvidere mener Hansen, at individet der oplever, skal være bevidst om sin oplevelse i det øjeblik det oplever, hvilket stemmer overens med den definition som Shedroff et al fremsætter. De er også af den overbevisning, at en oplevelse forekommer i den proces, hvor et individ er bevidst om at oplevelsen forekommer. Dette passer ligeså med Jantzens tredje definition af ordet *experience* – at en hændelse opfattes i hændelsesøjeblikket.

Dette er i overensstemmelse med Shedroff et al, som siger, at før noget kan kategoriseres som en oplevelse kræver det, at et individ anerkender, at der sker en forandring, og er bevidst om de ændringer der forekommer i forhold til det omgivende miljø, kroppen, sindet mm.

“Oplevelser er knyttet til det oplevede subjekt. Det er ikke muligt at give subjektet en oplevelse, kun at skabe rammerne for mulige oplevelser.”⁵⁴

Som Ole Ertløv Hansen udtrykker i ovenstående er oplevelser knyttet til subjektet, og derfor er det ikke muligt at skabe en oplevelse for subjektet. Derimod kan vi som oplevelsesdesignere skabe rammerne for oplevelsen, hvor vi skal tilpasse indholdet til omgivelserne på Oldtidsstien.

Shedroff et al mener, at mennesker der har haft en meningsfuld oplevelse, der er knyttet til et bestemt produkt, service eller brand skaber et stærkere bånd til produktet.

“We found that people had the strongest ties to products, services and brands that evoked meaningful experiences to them. The definition of meaning that underlies the ideas we’re putting forth is that of connotation, worth, or import, as in “This place has meaning to me,”(...)”⁵⁵

Endvidere fremgår det af citatet, at den meningsfulde oplevelse opstår, når brugerne kan konnotere nogle bestemte værdier med oplevelsen, og ved at den bliver relevant for dem, bliver oplevelsen noget værd set med brugernes øjne.

⁵⁴ Hansen 2007:168

⁵⁵ Shedroff et al 2008:22

Førend man kan designe en god oplevelse skal man også have et indblik i hvad begrebet oplevelse egentlig dækker over i forhold til de mange processer, der er forbundet med, når mennesker oplever. Her trækkes der igen på Jantzen og Vetner. De betegner en oplevelse, som noget der stammer fra individets emotionelle og kognitive bearbejdning af sanselige indtryk, som et menneske får fra genstandsverdenen.⁵⁶ Dermed kræver det et aktivt bidrag fra den, der oplever at opleve noget. Endvidere indeholder oplevelsesbegrebet også en kropslig dimension, hvilket vil sige at oplevelser også giver en kropslig og/eller affektiv erfaring. Oplevelser vedrører i det hele taget processen, hvor sanselige indtryk bearbejdes.⁵⁷ Bearbejdelsen af sanseindtrykkene er det sted i oplevelsesprocessen, hvor oplevelser bliver subjektive og giver mening for den enkelte. Jantzen og Vetner læner sig op af den hedonistiske psykologi, når det kommer til det normative oplevelsesbegreb⁵⁸, hvilket også har gjort sit indtog i oplevelsesøkonomien. Den hedonistiske psykologi tager udgangspunkt i, at alle oplevelser er usædvanlige og mindeværdige, og mange førende oplevelsesøkonomer støtter op om dette synspunkt.⁵⁹ Jantzen og Venter redegør endvidere for at tage en hedonistisk orienteret tilgang til oplevelsesbegrebet, i og med at den kan forklare:

"1. sammenhængen mellem sansning, stemning, nydelse, emotion, og erindring i erfaringsdannelsen,

2. individets motivation for bestemte oplevelser og ikke for andre,

3. det aktive bidrag individet skal levere, for at det faktisk kan komme til at opleve noget."⁶⁰

Delkonklusion

Opsummerende kan vi sige, at det er individuelt, hvordan mennesker oplever, da oplevelser er knyttet til subjektet. Således er hvad der gør oplevelser meningsfulde også individuelt. Her er vores rolle som oplevelsesdesignere, at forsøge at skabe rammerne for, at formidlingen af indholdet i en oplevelse kommunikeres ud til

⁵⁶ Jantzen et al 2006:240

⁵⁷ Ibid:241

⁵⁸ Ibid:241

⁵⁹ Ibid:241

⁶⁰ Ibid:241

brugerne, således at de kan opnå en god oplevelse. Endvidere er det essentielt at gøre oplevelsen unik således, at den oplevelse man designer er unik for den kontekst den opleves i. Endvidere er det essentielt for at en oplevelse bliver positiv, at brugerne kan se den overordnede sammenhæng i oplevelsen.

Augmented reality

Vi har valgt at anvende augmented reality (herefter AR), som en af de teknologier vi vil anvende i vores koncept. AR giver os muligheden for, at udvide den fysiske analoge verden ved at lægge et digitalt visuelt eller auditivt lag af information ned over virkeligheden.⁶¹ Ydermere kan AR teknologi implementeres på forskellige måder, således giver det os også forskellige muligheder i forhold til implementering af det endelig konceptløsningsforslag.

Patrick Sinclair og Kirk Martinez er i deres artikel *Adaptive Hypermedia in Augmented Reality* af den opfattelse, at AR skal forekomme gennem HMD⁶² for at få den mest optimale brugeroplevelse ud af AR.⁶³ Dette synspunkt er vi uenige i, da vi mener, at brugerne godt kan få en god oplevelse via AR gennem en håndholdt enhed. Dette synspunkt deler vi med flere forskere indenfor området, blandt andre Ronald T. Azuma. Azuma opstiller tre karakteristika i artiklen *A survey of Augmented Reality*, således at AR ikke, i følge hans definition, er afhængig af nogle bestemte teknologier – disse karakteristika beskrives senere i afsnittet. Netop det faktum at AR ikke er afhængig af, at skulle anvendes gennem en bestemt teknologi gør også AR mere fleksibel i forhold til forskellige formidlingsammenhænge.

Endvidere viser forskning af brug af AR i museumsformidling, at AR er med til at fremme og forstærke den naturlige interaktion med museers artefakter og

⁶¹ Sinclair et al S.A.:1

⁶² Head-mounted display

⁶³ Sinclair et al S.A.:1

informationerne der er tilgængelige om disse.⁶⁴ Hall m.fl. skriver i artiklen *Adaptive Hypermedia in Augmented Reality* således:

*"In SHAPE⁶⁵ we implement archaeology in augmented reality to enhance people's collaboration and learning in the museum."*⁶⁶

Endvidere kan AR-systemer være med til at berige brugeres perception af og interaktion med den virkelige verden ved at supplere den virkelige verden med virtuelle objekter.⁶⁷

Forklaring af AR

Helt overordnet er AR teknologi en gren indenfor computerteknologi, som kombinerer en computergenereret virkelighed med den faktiske virkelighed.⁶⁸ AR teknologi genereres bl.a. gennem mobile enheder eller fastmonterede der kan drejes, hvor der vises et digitalt objekt på skærmen, som gennem skærmen integreres i den fysiske virkelighed. AR kan fungere på mange forskellige måder, og derfor kan det være svært at definere AR kort.

Nogle gange er AR afhængig af en GPS, der registrerer når brugeren er på et specifikt sted i forhold til applikationen, og viser derefter et virtuelt billede, på f.eks. en smartphone, der bliver holdt op mod den virkelige verden, hvor billedet er det virtuelle lag oven på virkeligheden. Andre gange kan der, i en applikation, eksempelvis være indkodet et Layar⁶⁹ lag, som ligeså kan være afhængig af GPS, men som altid er afhængig af internetforbindelse. Layar funktionen kan også aktiveres via en QR-kode og billede genkendelse mv. og dermed ikke være afhængig af GPS. Layar funktionen giver et ekstra virtuelt lag ovenpå virkeligheden, når man har aktiveret det ved QR-koden.

⁶⁴ Sinclair et al S.A.:1

⁶⁵Forkortelse for Situating Hybride Assemblies in Public Environments

⁶⁶ Hall et al 2002:92

⁶⁷ Azuma 2001:3

⁶⁸ Sinclair et al S.A.:1

⁶⁹ Def på Layar jf. p.

Det virtuelle lag som lægges ovenpå virkeligheden kan dermed både være stillbilleder, videofilm eller lyde mm.. De kan dermed skabe en ekstra dimension hos brugerne under deres oplevelse, som kan være med til at skabe en større forståelse af den givne oplevelse hos brugeren, idet der gives ekstra informationer på den rette lokation.



70

Det engelske ord *augment* oversættes med ordene: at udvide, forhøje, forøge, øge, forstærke eller supplere.⁷¹ I artiklen *Outdoors Augmented Reality on Mobile Phone using Loxel-Based Visual Feature Organization* skrevet af Gabriel Takacs m. Fl. beskriver de en form for AR således:

*"High-end mobile phones have developed into capable computational devices equipped with high-quality color-displays, high-resolution digital cameras, and real-time hardware-accelerated 3D graphics. They can exchange information over broadband data connections, and sense location using GPS. This enables a new class of augmented reality applications use the phone camera to initiate search queries about objects in visual proximity to the user. Pointing with a camera provides a natural way of indicating one's interest and browsing information available at a particular location. Once the system recognizes the user's target it can augment the viewfinder with graphics and hyper-link that provide further information(...)"*⁷²

Heri beskriver de AR som noget, der er afhængigt af internettet og GPS, og de skriver at AR er 3D-grafisk lag, der lægges oven på virkeligheden, og som foregår i real-time.

⁷⁰ Eksempel på AR. Hjemmeside 82

⁷¹ Hjemmeside 83

⁷² Takacs et al 2008:427

Vi er dog ikke enige i den betragtning om, at der skal være tale om en 3D-grafisk fremstilling, førend der er tale om AR. Dette er Layar-applikationen et fint eksempel på. Ved denne applikation er det muligt at vælge en kategori, dette kunne f.eks. være ejendomspriser. Når man eksempelvis går rundt i Aalborg by, kan man på sin mobile enheds skærm, via applikationen se ejendomspriserne på de ejendomme man går forbi.⁷³



74

Hermed bliver der lagt et virtuelt lag hen oven den virkelige verden, som man bevæger sig i, men der er ikke tale om 3D-grafik, idet man blot ser et stillbillede af de forskellige lejligheder, og de oplysninger der er koblet til disse. På den måde anvendes AR til at give brugeren en udvidet oplevelse af virkeligheden ved at udbyde lokations-baserede informationer til brugeren.

Vi vurderer, at AR giver nogle unikke redskaber til at formidle de historiske elementer ude på Oldtidsstien. Vi har gennem vores besøg i London, hvor vi afprøvede applikationen *StreetMuseum*, oplevet AR teknologi gennem egne erfaringer. Selvom AR teknologien langt fra virkede optimalt i dette tilfælde, var intentionen med anvendelsen af AR god. Vi har både inden og efter besøget set videoer af, hvorledes det var hensigten at AR teknologien skulle have virket i *StreetMuseum* applikationen i London.⁷⁵

⁷³ Hjemmeside 27

⁷⁴ Hjemmeside 29

⁷⁵ Hjemmeside 28

Denne applikation var internet- og GPS afhængig. I dag er internetforbindelsen ikke særlig god ude i skoven. Da Moesgård Museum er i gang med at bygge et nyt stort museum vurderer vi, at der er stor sandsynlighed for at internetforbindelsen i den forbindelse vil blive forbedret. Vi udvikler derfor konceptet med udgangspunkt i, at internetforbindelsen er stabil under hele turen. Vi vil dog stadig gøre brug af GPS og blue-tooth de steder, hvor det er muligt. Dette skyldes, at det vil koste brugerne penge at skulle hente informationer ned fra internettet. Dette kan især blive bekosteligt for turister, hvis roamingtasker er høje.⁷⁶ Fordelene ved GPS⁷⁷ og blue-tooth er, at der er tale om gratis tjenester, som ikke er afhængig af roaming-takster.

Vi er bevidste om, at det ikke er mange af vores cases, der indeholder AR teknologi. Vi mener dog, efter at have set eksempler hvor AR teknologi fungerer, og det ville kunne have understøttet oplevelsen positivt i nogle af de cases vi har undersøgt. Eksempelvis applikationen Aarhus StreetMuseum og byvandringen i Aarhus hvor AR f.eks. ville kunne vise billeder af, hvorledes Aarhus så ud i gamle dage og komme med yderligere informationer om dette via et virtuelt lag ovenpå virkeligheden gennem en mobil enhed.

Samtidig skal vi, i forhold til Oldtidsstien, finde ud af, hvad det er for elementer, som kan understøttes gennem AR og samtidig tilføje oplevelsen værdi. Efter at have gjort rede for hvilke behov teknologi kan afdække i forhold til at bidrage og udvide oplevelsen, udvikles teknologien til at møde disse i den digitale løsning. Desuden er fordelene ved at integrere mobile enheder i en oplevelse, som en del af formidlingen, at mobile enheder kan håndtere en kontekstbevidst tjeneste som GPS.⁷⁸ Dette kan bl.a. være en fordel i forhold til, at brugerne kan følge med i, hvor de er henne og inkorporere GPS-systemet som en understøttende del til formidlingen.

For at kunne definere hvad AR er, kan det være fordelagtigt at sætte det i kontrastforhold til virtual reality (VR). Ronald T. Azuma sammenligner de to begreber i artiklen *A survey of augmented reality*:

“Augmented Reality (AR) is a variation of Virtual Environments (VE), or Virtual Reality as it is more commonly called. VE technologies completely immerse a user inside a

⁷⁶ Vi ved dog, at der i øjeblikket i Europa-parlamentet arbejdes på at sænke priserne for roaming-priserne (Kilde: Hjemmeside 88)

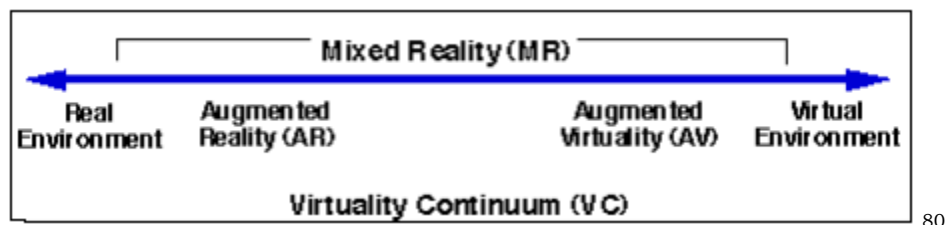
⁷⁷ Se definition p. 44

⁷⁸ Kuikkaniemi et al 2006:1

*synthetic environment. While immersed, the user cannot see the real world around him. In contrast, AR allows the user to see the real world, with virtual objects superimposed upon or composited with the real world. Therefore, AR supplements reality, rather than completely replacing it. Ideally, it would appear to the user that the virtual and real objects coexisted in the same space(...).*⁷⁹

Således kan AR altså forstås, som en variation af virtual reality (VR) eller virtuel environments (VE). VE er, til forskel fra AR, noget som foregår i en kunstigt/virtuelt miljø. Når brugeren nedsænkes i dette miljø kan vedkommende ikke se den virkelige verden. AR er, til forskel fra VE, noget der tillader brugeren at se den faktiske virkelighed gennem skærmen på en mobil enhed, hvor den virkelige verden enten overlejres eller kombineres med objekter, som vises på skærmen. AR er således ikke noget, der erstatter den virkelige verden, men snarere noget der fungerer som et supplement.

En måde at illustrere definitionen af hvad AR er, er gennem Milgrams virtuelle kontinuum over mixed reality, som vises i nedenstående figur. Han mener, at AR er en variation af VR eller VE. Mixed Reality skal her ses som det overordnede begreb, hvor de andre begrebet skal anskues som subbegreber i forhold til dette.



80

"The concept of a "virtuality continuum" relates to the mixture of classes of objects presented in any particular display situation, as illustrated in Figure 1, where real environments, are shown at one end of the continuum, and virtual environments, at the opposite extremum. The former case, at the left, defines environments consisting solely of real objects (defined below), and includes for example what is observed via a conventional video display of a real-world scene. An additional example includes direct viewing of the same real scene, but not via any particular electronic display system. The

⁷⁹ Azuma 2001:2

⁸⁰ Simplificeret repræsentation af et "virtuality continuum" (Kilde: Milgram et al 1994:3)

*latter case, at the right, defines environments consisting solely of virtual objects (defined below), an example of which would be a conventional computer graphic simulation. As indicated in the figure, the most straightforward way to view a Mixed Reality environment, therefore, is one in which real world and virtual world objects are presented together within a single display, that is, anywhere between the extrema of the virtuality continuum.*⁸¹

Endvidere betragter Azuma AR som nedenstående:

*"AR can be thought of as the "middle ground" between VE (completely synthetic) and telepresence (completely real)"*⁸²

Vi erklærer os enige i Azumas udsagn om, at AR er en blanding mellem VR (totalt kunstigt) og telepresence (totalt virkeligt)⁸³. Vi forstår AR som et totalt kunstigt (VR) lag, der lægges ovenpå den virkelige verden – som her er telepresence. På den måde bliver AR en middelvej mellem de to begreber.

"1) Combines real and virtual

2) Interactive in real time

*3) Registered in 3-D"*⁸⁴

For at undgå at AR teknologi bliver reduceret til at være afhængig af en specifik teknologi, opsætter Azuma ovenstående tre karakteristika for, hvad AR systemer skal opfylde, for at de kan defineres som AR. Definitionen har den fordel, at den ikke ekskluderer bestemte teknologier, og desuden begrænser definitionen heller ikke AR til kun at kunne foregå gennem synsansen.

Vi er enige i de to første punkter, da vi mener, at AR både kombinerer det virtuelle og det virkelige i den virkelige verdens omgivelser. Samtidig ser vi det også som en forudsætning for, at noget kan defineres som AR, at det, for brugeren, er interaktivt i real time. Vi er dog uenige med det sidste punkt, idet vi ikke anser det for en

⁸¹ Milgram et al 1994:3-4

⁸² Azuma 2001:2

⁸³ Ibid:2

⁸⁴ Ibid:2

nødvendighed, at det virtuelle lag der lægges over virkeligheden skal være repræsenteret i 3D, hvilket også nævnes tidligere i specialet.

Vi læner os meget op ad Paul Milgram og Fumio Kishino syn på hvad AR er, idet vi er enige i den definition, de kommer med af begrebet i artiklen *A taxonomy of mixed reality visual displays*, som lyder således:

*“Augmented Reality (AR), which refers to all cases in which the display of an otherwise real environment is augmented by means of virtual (computer graphic) objects.”*⁸⁵

Der er mange forskellige definitioner af hvad AR er, hvor nogle er meget brede. Vi tilslutter os ovenstående definition af AR, idet den er meget smal. Endvidere tilslutter vi os dele af Azumas tanker om AR, da hans standpunkt er, at AR ikke behøver at være afhængigt af et bestemt teknologisystem.

AR's typologier

Når man arbejder med AR, arbejder man automatisk med problemstillingen vedrørende hvor meget i oplevelsen man designer, der skal ske i den virkelige verden, og hvor meget der skal have tilføjet et virtuelt lag.

En af mulighederne er at se AR gennem closed-view HMD⁸⁶. Her ser brugeren kun den virtuelle verden igennem dette udsyn. I modsætning til denne findes see-through HMD⁸⁷ hvor brugeren ser et virtuelt lag, der er lagt ind over den virkelige verden. Det virtuelle lag kan enten ses via optiske- eller videoteknologier.⁸⁸

Den optiske teknologi kræver, at brugerne ser den virkelige verden gennem HMD foran deres øjne. På den måde kan brugerne se den virkelige verden, men de kan også vælge at se et virtuelt lag lagt over den, ved at se den virkelige verden gennem HMD. Dette HMD kunne f.eks. være en smartphone som brugerne holder op foran deres udsyn. På

⁸⁵ Milgram et al 1994:2

⁸⁶ Azuma 2001:10

⁸⁷ Ibid:10

⁸⁸ Ibid:10

den måde kan brugerne stadig se den virkelige verden samtidig med at de ser noget virtuelt lagt ind over.⁸⁹

Den anden mulighed er videoteknologier. Ved denne teknologi bliver see-through HMD kombineret med closed-view HMD, hvori der er tilkoblet et eller to head-montede videokameraer.⁹⁰ Disse videokameraer viser videoer, der er tillagt et grafisk lag, som medfører en blanding af det virtuelle og den virkelige verden. Dermed bliver det som brugeren ser, det som er konstrueret på videokameraet og dermed er der tale om closed-view HMD.

I specialet vil fokus være på see-through HMD med optisk teknologi. Grunden til dette skyldes, at metoden fungerer optimalt som et redskab, der skal sørge for at brugerne får adgang til ekstra informationer på deres tur rundt på Oldtidsstien, såfremt de ønsker dette. Det er vigtigt at naturomgivelserne ikke forsvinder i teknologi, men tilpas inddragelse af digitale elementer kan medføre nye muligheder for brugerne, som potentielt kan gøre formidlingen af indholdet på Oldtidsstien mere tilgængelig.

Delkonklusion af AR

Konkluderende på AR afsnittet betegnes AR som en teknologi, der medfører muligheden for, at udvide den fysiske analoge verden ved at lægge et digitalt lag ned over denne. Ud fra forskning vides det, at AR potentielt kan være med til, at forstærke og fremme den naturlige interaktion der er mellem brugerne og artefakterne, idet formidlingen af artefakternes informationer dermed får nye muligheder.

På den måde kan AR anvendes til at give brugerne en udvidet oplevelse af virkeligheden, idet teknologien AR kan yde lokations-baseret informationer til der hvor brugerne netop står og ser på f.eks. en stenkiste fra oldtiden. På den måde fungerer AR som et redskab, der kan gøre informationerne om monumenterne på Oldtidsstien mere tilgængelige, både i form af supplerende tekstinformation, stillbilleder, videofilm mm., der hvor brugerne står og kigger på et bestemt artefakt.

⁸⁹ Ibid:10

⁹⁰ Azuma 2001: 11

Beskrivelse af tjenester

Der er nogle begreber, som vi kommer til at anvende flere gange i løbet af specialet. Derfor vil vi i nedenstående afsnit beskrive, hvordan vi forstår de forskellige begreber.

Lokationsbaserede tjenester

Med udtrykket lokationsbaserede tjenester menes, tjenester der er afhængig af brugerens placering i et geografisk rum. Dvs. tjenester hvor brugeren skal være et bestemt sted førend, at brugeren får noget ud af oplevelsen. Et eksempel på en sådan oplevelse er audioguiden, som er den del af Kvindemuseets tilbud. Her skal brugerne ud på bestemte locations for at få det optimale ud af oplevelse.⁹¹

Kontekstbevidste tjenester

Med dette udtryk menes, tjenester på en mobil enhed der kan reagere, når brugerne går forbi et udvalgt sted. Dette kunne f.eks. være når brugere går rundt på Oldtidsstien, så kan telefonen pludselig reagere, når de går forbi de højryggede agre. Grunden til at telefonen kan reagere på netop dette sted skyldes kontekst bevidst baserede tjeneste. I telefonen er der en software, som kan aflæse GPS-signalet på det udvalgte sted, og som derfor får telefonen til at vibrere, når brugerne går forbi de højryggede agre. Dermed kan denne form for tjeneste være med til at bygge bro mellem den fysiske og digitale verden, således at brugerens oplevelse af et givent naturområde understøttes med forskellige digitale tiltag.⁹² Det skal siges, at en kontekstbevidst baseret tjeneste, også kan komme til udtryk overfor brugeren i form af, at de modtager en sms, et opkald, et billede eller lignende.

⁹¹ Hjemmeside 32

⁹² Hjemmeside 33

QR-koder

QR-koder står for Quick Response Codes, og er en todimensionel stregkode, som kan læses af mobiltelefoner og computerprogrammer. De kan indeholde forskellige former for information såsom links til hjemmesider og kontaktinformationer, som man kan aflæse med telefonen.

Eksempelvis kan QR-koder dannes gennem en lang række onlinetjenester, som er i stand til at kreere koderne. Endvidere findes der også applikationer til mobiltelefoner, der kan skabe koderne direkte fra en browser og kontaktdatabase og på den måde hurtigt dele information fra telefon til telefon. Her er det således ikke nødvendigt at forbinde dem med Bluetooth eller andre teknologier.⁹³

GPS

GPS står for Global Positioning System. Det er et positioneringssystem, som udbydes og vedligeholdes af USAs regering. Systemet er baseret på satellitter i rummet, som leverer informationer vedrørende positioneringer og tidsangivelser i forhold til Jorden.⁹⁴

Layar

Layar er en gratis applikation som indeholder en mobil browser som er udformet af et hollandsk firma. På grundlag af AR teknologi gør browseren det muligt for brugere at finde forskellige ekstra lag af real-time virtuelle data og informationer som lægges ovenpå virkeligheden via en given skærm. Disse data identificeret gennem kombineret brug af følgende: indbygget kamera, kompas, GPS og accelerometer.⁹⁵

⁹³ Hjemmeside 84

⁹⁴ Hjemmeside 85

⁹⁵ Hjemmeside 92, 93 og 94

Indledende til empiriindsamling

I de efterfølgende afsnit beskrives de metodiske overvejelser, om hvorledes vi rent praktisk har indsamlet empiri i afsnittet *Empiriindsamling*. Herefter beskrives den proces vi har været igennem, da vi var ude at undersøge de respektive cases hvilket beskrives i afsnittet *Egen proces*. I afsnittet *Testmetoder* vil de udvalgte testmetoders fordele og ulemper, i forhold til vores problemstilling, beskrives. Dette resulterer i vores egen testmetode, som uddybes i afsnittet *Egen testmetode*. Alle de foregående afsnit udmunder i en delkonklusion, som besvarer det første underspørgsmål i henhold til problemformuleringen.

Empiriindsamling

I dette afsnit beskrives de cases vi har været ude at undersøge. Til at undersøge de udvalgte cases har vi udviklet vores egen testmetode, som introduceres i afsnittet nedenfor.

Helt konkret er vi inde og se nærmere på forskellige oplevelsestilbud - både på det fysiske museum samt hvordan museums konteksten flyttes ud i det offentlige rum, og hvordan brugerne modtager dette. Endvidere ser vi på hvorledes forskellige museer anvender digitale elementer i deres udstilling, og hvad det giver for brugeroplevelsen.

Vi har undersøgt oplevelsestilbud i Aarhus, Aalborg, København og London der alle anvender digitale teknologier og nye medier i deres formidling. I Aarhus undersøgte vi Moesgård Museum med fokus på udstillingerne *Laguthewas togt* og *Syv vikinger*, en applikation "*Aarhus StreetMuseum*" udviklet af Den Gamle By og en audioguide tilknyttet Kvindemuseet.

I Aalborg forsøgte vi at undersøge en historisk byrundtur udviklet af VisitAalborg. Grunden til at vi ikke udførte denne undersøgelse var, at der ikke var mulighed for at

låne en mp3 afspiller til at høre den historiske beretning, som er koblet til denne oplevelse. Denne mulighed skriver VisitAalborg selv om på deres hjemmeside⁹⁶, men dette stemte desværre ikke overens med den virkelighed vi mødte. Derudover forsøgte vi at undersøge *Yellow Arrow* - et globalt offentligt internationalt kunstprojekt, som består af lokale oplevelser, som kombinerer stickers, mobiltelefoner.⁹⁷ Det er brugergenereret, hvor det er brugernes egne personlige historier, der bliver fortalt gennem stickers, som man sætter op på det sted, man ønsker at fortælle noget om. Så kan andre finde de gule pile på et kort via mobiltelefonen. Når man har fundet pilens placering, kan man få tilsendt en sms, hvori den personlige beretning beskrives. Der skulle i følge yellowarrow.com være fire gule pile placeret rundt omkring i Aalborg by. Vi kunne dog ikke finde nogle af dem, hvor de, ifølge kortet, skulle være placeret.

I København besøgte vi oplevelsen VÆGGEN, der er udviklet af Københavns Museum, og i London afprøvede vi applikationen "StreetMuseum" udviklet af Museum of London.

Egen proces

Vi har i alt undersøgt syv oplevelsestilbud i byer i Danmark samt London i England, som alle var tilknyttet forskellige museer. Vi undersøgte henholdsvis *Byvandring i Aarhus*, applikationen *StreetMuseum* i Aarhus, *VÆGGEN* i København, applikationen *StreetMuseum of London*, *Syv vikinger* og *Laguthewas togt* på Moesgård Museum. Endvidere undersøgte vi også *Yellow Arrows* i Aalborg som dog ikke fungerede, og derfor arbejdes der ikke videre med denne. Endvidere har vi gået flere ture på Oldtidsstien, både alene og sammen med brugere indenfor målgruppen.

Ved alle de cases vi har undersøgt, havde vi papir og blyant, iPad samt kamera med rundt, således at vi kunne notere og dokumentere vores iagttagelser undervejs.

Da vi prøvede *Byvandringen* i forbindelse med Kvindemuseet, lånte vi en PDA på museet og gik ud i byrummet i Aarhus. Vi valgte at følge Irmas rute rundt i Aarhus' gader, og stoppede ved alle de markerede steder og lyttede til Irmas historie og så

⁹⁶ Hjemmeside 15

⁹⁷ Hjemmeside 16

billeder af det gamle Aarhus via PDA'en. Efter vi havde færdiggjort Irmas rute gennem Aarhus og fortællingen var slut, gik vi tilbage til Kvindemuseet og afleverede PDA'en.

Samme dag undersøgte vi StreetMuseum applikationen i Aarhus. Inden afprøvningen af denne case downloadede vi applikationen til henholdsvis iPad og smartphone. Vi startede vores test af applikationen ved det spot, der var ved Aarhus Domkirke. Herefter fulgte vi applikationens kort og gik rundt i Aarhus midtby til de forskellige spots, der var på kortet. Når vi kom til de forskellige spots, fik vi noget information via applikationen i form af billedemateriale samt nogle korte beskrivelser af det vi så. Vi stoppede vores test, efter vi havde været rundt ved alle de spots, der var i Aarhus midtby.

Vi undersøgte udstillingerne *Syv vikinger* og *Laguthewas togt* i samme omgang, da vi var på Moesgård Museum. I forbindelse med *Syv vikinger* udstillingen valgte vi at følge to forskellige vikinger, og hørte dermed deres forskellige fortællinger. Desuden prøvede vi den digitale virtuelle sejrtur, der var i oplevelsesrummet. Efter vi havde hørt de to vikingers fortællinger samt hørt og set de andre fortællinger, der var tilgængelige i oplevelsesrummet, afsluttede vi vores besøg i denne del af udstillingen. Herefter gik videre over til udstillingsdelen hvor *Laguthewas togt* var at finde. Vi gik ind i rummet og orienterede os om, hvad der var. Først prøvede vi det interaktive bord og hørte de forskellige fortællinger der var. Bagefter prøvede vi udklædningstøjet og tog billeder af dette. Afslutningsvis på testen prøvede vi hørespilsinstallationen "Manden i Gryden".

Vi tog til København for at undersøge VÆGGEN, hvor vi afprøvede de forskellige funktioner VÆGGEN indeholder. Vi optog bl.a. en video af os selv, hvor vi kommenterede på indholdet, som så blev lagt op som en del af indholdet, som andre brugere kan høre. Desuden sendte også virtuelle postkort til folk vi kendte og skrev generelle kommentarer til indholdet. Endvidere observerede vi hvorledes andre brugere anvendte og interagerede med VÆGGEN, samt interviewede brugere af den. Vi brugte en del timer på dette, hvorefter testen sluttede.

Vi rejste til London for at undersøge applikationen *StreetMuseum*. Inden rejsen havde vi downloaded applikationen til vores smartphones og vores iPad2. Da vi ankom til London, åbnede vi applikationen på vores smartphones og vores iPad2 og undersøgte kortet, der er i applikationen for at se, hvor de forskellige spots var at finde. Vi prøvede

mange forskellige spots, som var markeret på kortet. Desværre fungerede applikationen langt fra optimalt, idet 3D-knappen ikke virkede ved nogen af de spots vi afprøvede. Vi prøvede ca. 15 spots forskellige steder rundt omkring i Londons gader, parker mm., det brugte vi det meste af dagen på.

For at undersøge de ovenfor nævnte cases, har vi i nedenstående afsnit *testmetoder* opremset fordele og ulemper ved et udpluk af allerede eksisterende testmetoder. Disse metoder kan alle anvendes indenfor dette område og har alle plusser og minusser.

For at udvikle et oplevelsesdesignkoncept til Oldtidsstien finder vi det nødvendigt at udarbejde en ny testmetode, da dette vil give os et mere specificeret grundlag at udarbejde en analyse på. Således får vi de mest relevante elementer med fra de cases, vi undersøger i nærværende speciale.

I det følgende afsnit beskrives de videnskabelige testmetoder, vi har udvalgt til at udvikle vores egen testmetode på baggrund af. Ud fra de forskellige metoder beskriver og udvælger vi de mest relevante dele, som vi vurderer kan anvendes specifikt i forhold til vores egen testmetode. I denne udvælgelsesproces ser vi på, hvilke elementer der passer bedst ind - taget vores problemfelt i betragtning. Ud fra denne metode vurderes og analyseres de forskellige oplevelsestilbud i nærværende speciale.

Testmetoder

Det vi håber og forventer at få ud af udvalgte metoder: "Quick and dirty metode", "eventens DNA", "ID360" "oplevelsesmatricer" og "fem sanser plus" er at få mange aspekter med i vores undersøgelse af udvalgte objekter. Nedenstående afsnit omhandler fordele og ulemper ved de forskellige metoder. Dernæst kommer et afsnit hvori vi præsenterer vores egen testmetode, som er inspireret af de ovenfor nævnte testmetoder.

Quick and dirty-metode - af Robert Rubinoff

Fordele:

- Det er en hurtig måde at kvantificere og visualisere resultater på
- Denne metode er lidt alternativ, idet den er udarbejdet til webdesign, men fordelene er, at den er en hurtig, objektiv, visuel repræsentation af User Experience. Dette skyldes bl.a. muligheden for målbare resultater i form af de forskellige skalaer og kategorier der bedømmes ud fra, som er komparative i forhold til konkurrenter
- Samtidig fjerner metoden personlige præferencer (subjektivitet) fra vurderingen i videst muligt omfang
- Den gør det muligt for folk med forskellige baggrunde (designere, udviklere, klienter) at dele en fælles forståelse af oplevelsesdesignet
- Til sidst forsyner den ens klient med en fact-baseret, visuel repræsentation af oplevelsens fordele og begrænsninger synliggjort via et spindelvævsdiagram, hvilket er med til at overskueliggøre resultaterne fra undersøgelsen⁹⁸

Ulemper:

- Det skal nævnes, at vi er klar over at Robert Rubinoff metode er udviklet specifikt til webdesign, men vi vurderer, at den godt kan tages ud af denne

⁹⁸ Hjemmeside 5

kontekst og transformeres og applikeres til at vurdere andre oplevelsesdesign. Dette finder vi kan retfærdiggøres, idet rammerne i metoden er rummelige, og giver god mening i forhold til den kontekst, vi opererer inden for.

Eventens DNA - af Christian Have

Fordele/elementer vi kan bruge:

- Metoden anvender en model over 9 byggesten/kvaliteter, som en event skal indeholde. Vi kan anvende metoden til at lade os inspirere af, hvorledes disse kvaliteter kan anskues som en grundværdi og nogle sekundære værdier som vores oplevelsesprodukt kan bygges op omkring

Christian Have siger at eventens DNAprofil skal være:

- Unik
- Historisk
- Uforudsigelig
- Forudsigelig
- Stjerne kvalitet
- Involvere publikum
- Historiefortællende
- Medievenlig
- Identitetsskabende⁹⁹

- Det er en fordel, at metoden kan kvantificere/overskueliggøre "eventen", idet den kan vurderes ud fra et spindelsvævsdiagram, her hvor meget de enkelte kvaliteter er til stede i en oplevelse¹⁰⁰
- Samtidig kan vi selv indsætte vores egne kvaliteter, som passer bedre på museumsverdenen

⁹⁹ Have 2004:42

¹⁰⁰ Have 2004:56-58

- Metoden kan i følge Christian Have bruges i en museums kontekst, byrum, applikationer, mobile brugeroplevelser mm.

Ulemper:

- Metoden er udviklet til udviklingen af events, men vi finder at DNAprofilen, sagtens kan anvendes i andre sammenhænge end lige ved eventmaking. Derfor skal metoden konverteres og tilpasses vores egne undersøgelsesobjekter - dvs. tillægge den andre værdier osv., som undersøgelsesobjekterne skal måles ud fra

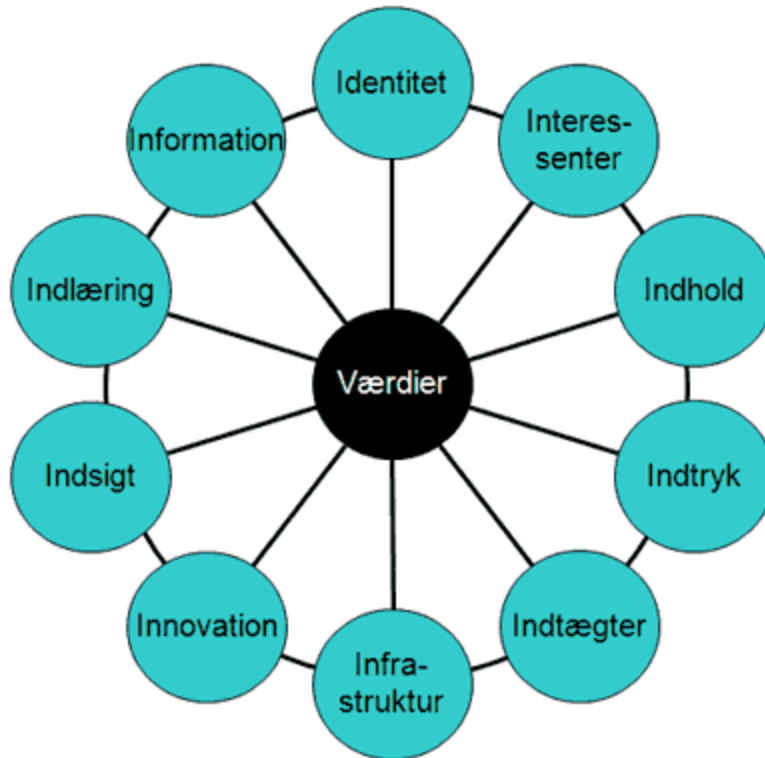
ID360 destination management value system (senere bare ID360) - af KvistgaardConsulting og VisitNordjylland

ID står for integreret destinationsudvikling og *360* står for at metoden sørger for at man kommer 360 grader rundt om destinationen¹⁰¹

Fordele:

- Metoden kan anvendes til at vurdere vores samlede vurdering, herunder også den kritiske vurdering, af den destination vores produkt skal udvikles til
- Metoden er med til at danne et værdifundament af destinationen, hvilket er vigtigt
- Disse værdier er bl.a. afhængige af kultur, historie, traditioner, virksomheder osv.
- Værdisættet består af en række procesværdier og en slut/kerneverdi. Procesværdierne er de værdier, der bruges for at nå slutværdien. Det kan være smart at redegøre for værdisættet i undersøgelserne. Igen er det et konkret værktøj, der gør det nemmere at sætte de forskellige cases op mod hinanden
- Dette opstilles i en model, som illustreres nedenfor

¹⁰¹ Hjemmeside 2, 3 og 4



102

Ulemper:

- Metoden skal ikke bruges til sammenligning mellem destinationer. Derimod til at den enkelte destination kan blive klogere på sig selv, og der ud fra kan vi opsætte et værdisæt for den givne destination mhp. udvikling. Her er det fint at tage udgangspunkt i: 1. mission, 2. vision, 3. mål, 4. strategier, 5. værdisæt, 6. horisonter, 7. samarbejde, 8. bæredygtighed, 9. stolthed og 10. arbejdet med identitet.

Oplevelsesmatricer - af Peter Kvistgaard og John Hird

Fordele:

- Oplevelsesmatricer er primært et kvalitativt værktøj til analyse af åbne, ukontrollerede og ukontrollerbare oplevelsesrum
- Det er også et værktøj, som deltagerne kan bruge til at systematisere deres egne oplevelser og indtryk, de får i et givet oplevelsesrum

¹⁰² Hjemmeside 6

Oplevelsesmatricerne består af 5 matricer. Hver af de fem matricer bibringer en stadig dybere forståelse af et oplevelsesrum



Man kan ved hver enkel matrice give point (1-5) og til hver matrice udforme et spindelvævsdiagram, der illustrer oplevelsestypens styrke

Ulempe:

- Meget omstændelig og omfangsrigt

Field Guide for The Experience Economy - af Joseph Pine og James Gilmore

Metoden består af ti rejse redskaber, men vi har kun valgt en - ”5 sanser plus”.

5 sanser plus¹⁰⁴

Fordele:

¹⁰³ Hird et al 2010:87

¹⁰⁴ Pine et al 2005:5

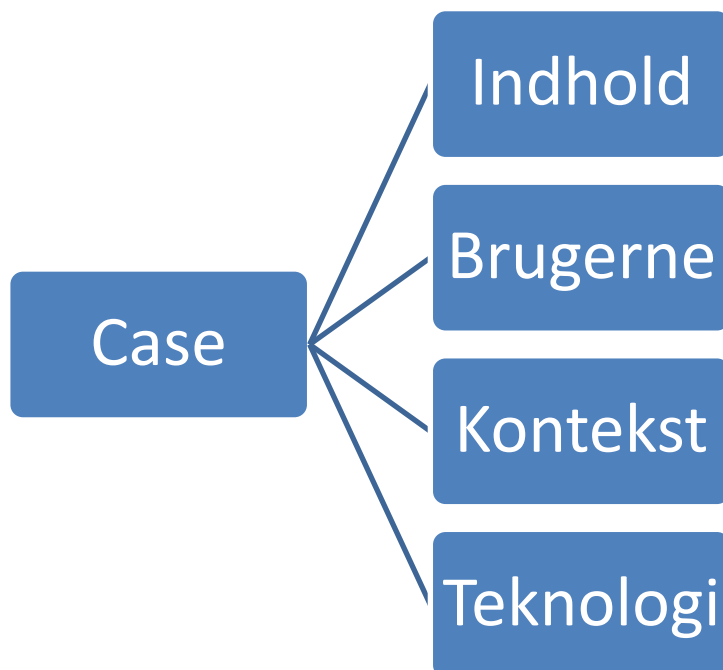
- Metoden er nem at gå til, idet den handler om, at man skal udføre en sansemæssig vurdering
- ”5 sanser plus” er fin at arbejde ud fra, da det giver en speciel opfattelse af oplevelsen ved at isolere sanserne hver for sig og fokusere på dem én af gangen
- Det anbefales, at man vælger fem karakteristiske steder ved de udvalgte cases og dernæst bruger 60-90 sekunder på hvert sted og fokuserer på hver af de fem sanser. Derudover kan det også være interessant at fokusere på den adfærd man møder ved casen
- De fem sanser plus: Syn (se efter særlige detaljer), lyd (lyt efter hver lyd), føle (rør ved det, der inviterer til det), lugt (duft), smag (spørg dig selv: hvilke smagssanser bliver fremmanet) og til sidst plus (observer adfærd (af ansatte og kunder))
- Derudover er det en fordel, hvis man efter besøget spørger sig selv:
 - Hvad er ens indtryk, godt eller dårligt?
 - Hvad kunne forandres for bedre at tiltale sanserne?
 - Hvordan er ens generelle vurdering?
 - Hvilke princip(per) kan ekstraheres og relateres til vores egen konceptudvikling?

Egen testmetode

I dette afsnit vil vores egen testmetode blive præsenteret og illustreret i form af to modeller. Metoden skal ansues som en kombinationsmodel af testmetoder, der er beskrevet ovenfor, og der inddrages udvalgte elementer af de ovenforstående metoder i vores egen testmetode.

Der vises to modeller, som begge illustrerer vores testmetode. En enkel udgave og overskuelig model - og en mere udførlig, men også mere uoverskuelig model.

Den første model skal illustrere den overordnede model. Udgangspunktet er casen, og dertil skal man undersøge fire kategorier for at komme omkring de vigtige aspekter i en undersøgelse af en oplevelse med fokus på oplevelsesdesign. De fire kategorier er kontekst, teknologi, brugeren og indhold.



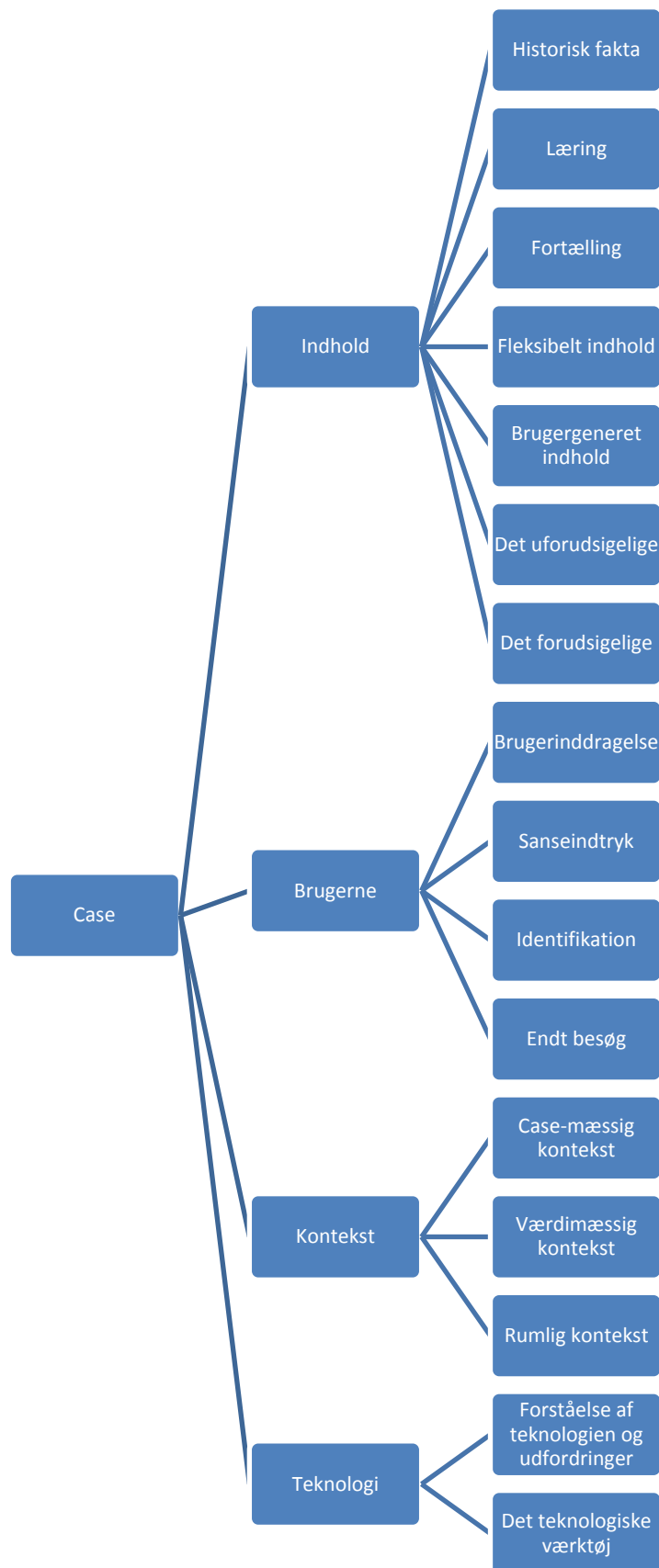
Den anden model er magen til den øverste, dog det til forskel at der i denne model er tilføjet kategoriernes underkategorier. De fire kategorier og deres underkategorier er:

Indhold: Historisk fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold, brugergenereret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

Brugeren: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

Teknologi: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer



Generelt for vores testmetode kan siges, at fokus selvfølgelig er på den specifikke case i de forskellige tilfælde.

Derudfra er der fire kategorier, som hver indeholder et forskelligt antal underkategorier, som alle er vigtige at nævne i forhold til at få alle aspekter med i vores testmetode.

I udarbejdelsen af denne metode er valgt de dele, der vurderes som gode redskaber til at kunne undersøge de udvalgte cases. I udvælgelsen er der lagt vægt på, hvorledes testmetoden kan komme omkring alle de vigtige aspekter i undersøgelserne.

Da der er i alle tilfældene er tale om oplevelser med en tilknytning til museer, finder vi det væsentligt, at der i vores testmetode er megen fokus på indholdet i casen. Det er vigtigt, at der er et historisk indhold, der har potentiale for, at de besøgende bliver klogere gennem oplevelsen. For at der er potentiel mulighed for læring, kan det hjælpe hvis det historiske indhold formidles via en fortælling. Dette kan være med til at skabe en større kohærens hos brugeren igennem at alle dele i oplevelsen gerne skulle give mening i den samlede fortælling. Samtidig finder vi det vigtigt, at der i et godt oplevelsesdesign er tale om et fleksibelt indhold. På den måde kan der nemlig ske fornyelse af oplevelsen, således at oplevelsen ikke bliver den samme for gæster, som kommer gentagende gange.

Derforuden finder vi det vigtigt, at det i testmetoden undersøges hvorvidt brugerne har mulighed for at generere indhold til den oplevelse de er i gang med. Denne mulighed kan potentielt være med til at skabe en form for medfølelse og engagement hos brugerne, som kan være afgørende for om de synes om oplevelsen eller ej. Det sidste element som vi finder vigtig i forhold til det indholdsmæssige i en god oplevelse er, hvorvidt der både er tale om et indhold som både er uforudsigeligt og forudsigeligt. Det er vigtigt, at der er dele af indholdet, som virker forudsigeligt for brugerne, for dette er med til at skabe en tryghedsfølelse hos brugerne, idet de dermed føler, at de nogenlunde "ved" hvad der skal ske i oplevelsen. Samtidig er det vigtigt, at der er få elementer undervejs i oplevelsen, som overrasker brugerne og dermed er uforudsigelige. Denne usikkerhed er potentielt med til at skabe en nysgerrighed og lyst til at udforske oplevelsen. Det er dog vigtigt at understrege, at der i en oplevelse skal

være en overvægt af forudsigelige elementer og kun få dele i oplevelsen, som er uforudsigelige.

Samtidig finder vi det vigtigt, at man i testmetoden kommer omkring brugeren i forhold til oplevelsen. Oplevelsen laves jo først og fremmest for brugerne, og derfor er det et vigtigt aspekt at have med i undersøgelsen af, hvor godt de forskellige cases fungerer. Ydermere er det væsentligt at undersøge, hvorvidt der er tale om brugerinddragende elementer i oplevelsen. Spørgsmålet omkring på hvilken måde at brugerne evt. inddrages i oplevelsen er interessant, da vi er af den overbevisning, at brugernes engagement i oplevelsen forøges via brugerinddragende tiltag i oplevelsen. Jo flere sanser der bliver aktiveret under besøget, jo større chance er der for at brugerne bedre lever sig ind i oplevelsen undervejs, men også at de bedre husker oplevelsen efterfølgende. Derfor ser vi det som en styrke, hvis oplevelsen i de udvalgte cases aktiverer flere af brugerens sanser.

Med fokus på brugerne finder vi det ydermere væsentligt at vurdere, om brugerne kan identificere sig med oplevelsen. Denne identifikation er nemlig med til at give et billede af, om selve oplevelsen har påvirket en følelsesmæssigt. Et eksempel på sådan en oplevelse, kan være et besøg på det tyske museum – Der Jüdisches Museum¹⁰⁵ i Berlin. Vi har hørt mange som virkelig er mærket efter et besøg på dette museum. Dette skyldes bl.a., at *Der Jüdisches Museum* i deres udstillinger og i selve bygningen påvirker mange af brugerens sanser undervejs. Samtidig er historien der fortælles, en historie som næsten alle kender til i forvejen, og som næsten alle har et følelsesmæssigt forhold til. Begge disse komponenter er med til at påvirke brugernes følelser undervejs i oplevelsen. Samtidig formår museet at påvirke brugernes sanser i de specifikke udstillinger. F.eks. er der et rum, hvor man som gæst skal gå rundt på jernansigter, og dette skal symbolisere det ”at træde på jøderne”. Dette rum påvirker flere af brugernes sanser, i og med at de går på jernansigter, befinder sig i et lille mørkt rum og så hele symbolikken omkring historien med at ”træde på jøderne”.

I forlængelse af spørgsmålet omkring identifikation er det interessant at kigge på brugerens vurdering af oplevelsen efter endt besøg. Hvilke overvejelser har de efter besøget og levede oplevelsen op til de forventninger, de givetvis havde inden? Det vil

¹⁰⁵ Hjemmeside 30

altid være positivt, såfremt det er muligt, at brugeren føler at oplevelsen levede op til vedkommendes forventninger, og yderligere at brugeren blev positivt overrasket over elementer i oplevelsen. Som før nævnt - at der er noget, der er uforudsigeligt for brugeren.

Selve konteksten finder vi ligeså som et væsentligt emne at fokusere på i vores egen testmetode, idet den er essentiel på flere niveauer. Det er relevant i forhold til hvilke rammer oplevelsen præsenteres i. Disse rammer betyder nemlig meget for oplevelsens begrænsninger og udfoldelsesmuligheder. I nogle cases fungerer rammerne som grundlæggende for oplevelsens udfoldelsesmuligheder. Her tænkes bl.a. på cases med applikationer hvor indholdet i applikationen skal kobles op med det rum, som brugeren befinder sig i, mens vedkommende står med applikationen. Dette kunne f.eks. være Fårup Sommerland applikationen hvor det er muligt, at få oplyst hvor lang kø der er til en given forlystelse.¹⁰⁶ Her har omgivelserne/rammerne for selve oplevelsen med applikationen en væsentlig betydning, idet oplysningerne omkring køtid er irrelevant, såfremt vedkommende ikke befinder sig i Fårup Sommerland. På samme måde vil vi i de udvalgte cases vurdere den rumlige konteksts betydning for selve oplevelsen.

Derudover er den værdimæssige kontekst spændende at udforske i casene. En undersøgelse af hvilke værdier der er til stede i de givne cases er essentiel i forhold til, hvorledes brugeren betragter den givne oplevelse. Vedkommende tillægger hver oplevelse et sæt værdier med henhold til hvilke forventninger, der forinden oplevelsen er til denne.

Hertil er det ligeledes interessant at vurdere, hvordan denne case klarer sig i forhold til andre cases. Hvordan var oplevelsen i forhold til andre lignende oplevelser? Denne har vi valgt at kalde case-mæssig kontekst.

Den sidste kategori er teknologi. Som før nævnt er det et krav, at der i konceptet til Oldtidsstien inddrages digitale elementer, hvilket også er en af grundene til, at vi har en kategori der alene beskæftiger sig med teknologi. Vi finder det vigtigt at beskrive oplevelsens teknologiske værktøjer. På den måde bliver det eksplicit forklaret, hvilke

¹⁰⁶ Hjemmeside 31

redskaber den givne case gør brug af, og på denne måde gøres det tydeligt hvad der fungerede ved den/de valgte teknologier, og hvad der måske fungerede mindre godt.

Derudover synes vi, det er væsentligt at undersøge forståelsen af teknologien ved de udvalgte cases. Var den logisk overfor brugeren eller "skræmte" den brugeren, så han/hun ikke rigtig turde anvende de teknologiske tilbud, der var i oplevelsen?

Når vi snakker teknologi, finder vi, at det altid er interessant, at vurdere hvilke udfordringer der er i den givne oplevelse. Disse udfordringer kan bl.a. bestå i at teknologien fejler, at folk ikke kan finde ud af at anvende den mm. Disse udfordringer er væsentlige i forhold til vores egen produktudvikling.

I punktform ser vores testmetode således ud:

Den første kategori er *indholdet*. Denne omhandler selve indholdet i casen, hvilket er væsentligt, idet det er udgangspunktet for selve oplevelsen.

Historiske fakta

- Denne kategori er vigtig, idet det er betydningsfuldt, at der er en faktuel viden, som er baseret på sand historiefortælling koblet til den specifikke case. Dette element må aldrig være fraværende i de udvalgte cases. Det er ydermere interessant at undersøge, om der er noget autentisk i casen

Læring

- Læring er også vigtig. Det optimale er hvis brugerne efterfølgende går der fra med en ny viden omkring den specifikke case

Fortælling

- Derforuden er fortælling en betydelig underkategori, idet fortællingen i en oplevelse er alfa og omega for, at man vækker brugernes interesse

Fleksibelt indhold

- Her menes om museet har mulighed for at ændre indholdet, dog uden at rammerne for oplevelsen ændres

Brugergenereret indhold

- Her mener vi, at brugerne har mulighed for at generere indhold i oplevelsen. Dette kan både ske før, under og efter oplevelsen

Det uforudsigelige og det forudsigelige

- Her menes hvorledes der ved en god case er tale om både noget uforudsigeligt og noget forudsigeligt. Brugere skal undervejs ved oplevelsen gennemgå dele, hvortil vedkommende føler sig tryk, men der skal samtidig være elementer i oplevelsen, som overrasker og måske skaber en anelse utryk/usikkerhed ved situationen. Denne usikkerhed skal dog overhovedet ikke skabe panik, men blot skabe lidt usikkerhed på næste træk i oplevelsen. Dette er nemlig med til at fastholde brugerens interesse undervejs i oplevelsen, og kan samtidig være med til at skabe en form for medskabelse/indlevelse i oplevelsen

Den anden kategori er *brugeren*. Brugers engagement er central for oplevelsen, og derfor finder vi, at denne kategori er vigtig at inddrage for at få et indblik i brugerens perception af den givne oplevelse.

Brugerinddragelse

- Her mener vi, om der i den specifikke case er tale om, at brugerne undervejs i deres oplevelse skal interagere med elementer i oplevelsen og dermed skabe interaktivitet bruger og udstilling imellem

Sanseindtryk

- Hermed menes de indtryk som brugerne har under deres besøg. Sansebruget er en af delene. Det vurderes om der er nogle stimuli for alle fem sanser ved casen

Identifikation

- Med identifikation mener vi, om brugeren kan identificere sig med dele af oplevelsen, som brugeren får undervejs i oplevelsen

Endt besøg

- Med denne mener vi hvilken opfattelse brugeren har af casen efter endt besøg. Levede oplevelsen op til forventningerne eller skuffede den?

Den tredje kategori er *kontekst*. Kontekst skal forstås i en lidt bred forstand, hvor både rummet hvori oplevelsen foregår i beskrives, den værdimæssige kontekst hvor oplevelsens værdier beskrives, og endvidere skal den case-mæssige kontekst beskrives.

Rumlig kontekst

- Da flere af de udvalgte cases foregår ude i det offentlige rum, menes der med denne kategori hvilke omgivelser, som oplevelsen foregår i

Værdimæssig kontekst

- Her tænkes på, hvilke værdier der tillægges oplevelsen og som er til stede i den specifikke case

Case-mæssig kontekst

- Med dette mener vi, om der er nogle sammenhænge og uligheder mellem oplevelsen og andre lignende oplevelser

Den fjerde kategori handler om *teknologi* i oplevelsen i forhold til brugeren. Hermed ses på hvorledes teknologi anvendes som et redskab for museerne til at formidle den givne oplevelse for brugeren.

Det teknologiske værktøj

- Hermed menes hvilket teknologisk værktøj der er tilstede i den specifikke case

Forståelse af teknologien

- Til denne menes om brugeren forstår tanken bag den specifikke teknologidel

Udfordringer

- Anvender brugeren teknologien som det er tiltænkt fra museets side. Hermed menes om teknologien i nogle tilfælde kan skræmme nogle brugere væk
- Det er en udfordring hvis teknologien fejler og ikke virker efter hensigten og dermed ikke optimalt

Tanken bag vores egen testmetode er, at der ved hver kategori skal gives et point mellem 1-5. Hvor 1 er dårlig og 5 er godt. På den måde kan resultaterne blive overskuelige i et spindelvævsdiagram, og dermed kan det nemt ses hvor den udvalgte oplevelse scorer højt og mindre højt ved de forskellige kategorier.

Delkonklusion

For at kunne besvare første underspørgsmål, hvor vi vil undersøge, hvorledes vi kan designe vores egen metode til at teste oplevelser med digitale elementer indenfor det kulturhistoriske felt, og hvilke parametre man skal måle ud fra, har vi gennemgået en række forskellige eksisterende testmetoder. De metoder vi har gennemgået er alle metoder, som har fokus på udvikling og optimering i forhold til oplevelsesdesign i forskellige kontekster. Desuden har det ikke været en forudsætning for alle metoderne, at oplevelsen indeholdt noget digitalt. Da dette er en essentiel del af vores problemstilling, var det derfor nødvendigt for os at inkorporere dette i vores egen testmetode. I den forbindelse har vi hentet inspiration fra Rubinoffs "Quick and dirty" metode, der omhandler hvorledes man kan vurderer noget digitalt - webdesign.

Ud fra på de eksisterende metoders indhold og fremgangsmåde har vi tilvalgt de elementer, som vi fandt ville være brugbare og relevante til at belyse de aspekter i de respektive cases der undersøges. Det er forhåbningen, at disse elementer skal gøre os i

stand til at komme med et kvalificeret bud på, hvorledes et oplevelseskoncept til Oldtidsstien skal udformes.

Vores testmetode tager udgangspunkt i casen, som derfor er centrum i den udarbejdede model. Der er endvidere udvalgt fire kategorier, som vi finder essentielle for at kunne komme omkring alle de vigtige aspekter i en undersøgelse af et oplevelsestilbud indenfor det kulturhistoriske felt. Idet casen er udgangspunkt for metoden, bliver kategorierne således konstant sat i forhold til denne, således bliver resultaterne forhåbentligt hele tiden relevante i forhold til vores case.

Vi kom frem til fire kategorier, som vi mener er essentielle for at danne os et holistisk billede af oplevelserne, vi vil undersøge. For det første er brugerne en afgørende faktor at have med i vores overvejelser i udarbejdelsen af et oplevelseskoncept. Idet vi ønsker at optimere brugeroplevelsen på Oldtidsstien, er brugeroplevelsen afgørende at have med, når vi undersøger de udvalgte cases. Vi får dermed et indblik i oplevelsen fra et brugermæssigt perspektiv, og dette er vigtigt, idet vi gennem denne indsigt kan tage højde for brugeroplevelsen i vores analyse af oplevelserne.

Endvidere er præmissen for formidlingen indenfor det kulturhistoriske felt, at der skal formidles et fagligt indhold i relation til en given kontekst. Bl.a. derfor er både konteksten og indholdssiden to essentielle dele, som vi tager højde for i vores model, og derfor er både *indhold* og *kontekst* også en af de fire kategorier. Ud over den case-mæssige kontekst, dækker kontekst-kategorien dog også yderligere over både den rumlige og den værdimæssige kontekst i henhold til de forskellige cases.

Den sidste kategori omhandler teknologi. Denne inddrages, idet teknologidelen er en essentiel del af vores problemformulering, og dels fordi alle de cases der undersøges indeholder digitale elementer.

Endvidere er der koblet nogle underkategorier til de fire kategorier - indhold, kontekst, bruger og teknologi. Underkategorierne er de ting, vi finder er relevante i forhold til kategorierne, og de omhandler de ting, som vi mener er med til at afdække de overordnede kategorier.

Bearbejdelse af empiri

I de følgende afsnit vil empirien blive beskrevet og analyseret. Først redegøres der for, hvorledes vi kan forsvare at anvende os selv som testpersoner af de forskellige oplevelser der undersøges. Dette beskrives i afsnittet *Metodisk tilgang til forundersøgelsen*. Endvidere reflekteres der over hvorledes vores egen testmetode har fungeret i afsnittet *Refleksioner over metoden*. Dernæst opridser afsnittet *Anvendelse af vores egen testmetode* i punktform vores egen testmetode. Herefter begrundes grundlaget for udvælgelsen af de respektive cases i afsnittet *Begrundelse for udvælgelse af cases*. Ydermere forekommer der en beskrivelse og analyse af de udvalgte cases i afsnittet *Beskrivelse og analyse af cases*. Denne del af specialet afsluttes af en delkonklusion, som behandler det andet underspørgsmål i problemformuleringen.

Metodisk tilgang til forundersøgelsen

Overordnet bygger tilgangen til forundersøgelserne på metoden *Experience Prototyping* som er udviklet af Marion Buchenau og Jane Fulton Suri i artiklen af samme navn. Metoden har sit teoretiske udgangspunkt i den kinesiske filosof Lao Tse som skriver:

*"What I hear I forget. What I see, I remember. What I do, I understand!"*¹⁰⁷

Metoden er anvendelig i vores kontekst som oplevelsesdesignere, hvor metoden giver os mulighed for, at vi selv agerer testpersoner af oplevelser for at få en subjektiv forståelsesramme af en given oplevelse. Dette er i overensstemmelse med vores fremgangsmåde, hvor vi netop har anvendt os selv som testpersoner i forbindelse med undersøgelserne af de forskellige cases.

*"One of the basic tenets of the concept is that experience is, by its nature, subjective and that the best way to understand the experiential qualities of an interaction is to experience it subjectively."*¹⁰⁸

¹⁰⁷ Buchenau et al 2000:425 (bogens forfattere citerer den kinesiske filosof Lao Tse)

¹⁰⁸ Ibid:425

I og med at oplevelser er subjektive og dermed individuelle, ser vi det som en fordel, som det foreskrives i metoden, at vi selv har været en aktiv del af de indledende undersøgelser. Vi får på den baggrund et bedre udgangspunkt for at kunne sætte os ind i brugernes oplevelser. Dette giver os endvidere en bedre forståelse for de forhindringer, udfordringer og muligheder, der er i forbindelse med et oplevelsesdesign. Dette er både set i henhold til oplevelsen af anvendelsen af de eksisterende analoge tiltag, kohærensens i oplevelsen, naturoplevelsen, stemningen etc. Samtidig giver det os et indblik i hvilke medier og digitale teknologier, der kunne være brugbare i forhold til det endelig koncept.

“Experience Prototyping” as a form of prototyping that enables design team members, users and clients to gain first-hand appreciation of existing or future conditions through active engagement with prototypes.”¹⁰⁹

Formålet med forundersøgelsen er at opnå en bedre forståelse af de eksisterende brugeroplevelser af de cases der undersøges i specialet samt af Oldtidsstien. Experience Prototyping kan være med til at kaste lys over samt give en dybere forståelse af konteksten for oplevelsen, og i denne del af processen kunne identificere de problematikker samt forhindringer der er i oplevelsens nuværende form. Dette kan samtidig give en indikation af, hvilken retning man skal gå i forhold til et design af et nyt oplevelseskoncept til Oldtidsstien.

Vi har både anvendt denne metode i vores besøg i de forskellige cases vi har undersøgt, samt de besøg vi har aflagt på Oldtidsstien. Først og fremmest er det i forhold til vores problemstilling essentielt, at forstå hvad der sker, når man anvender digitale medier og teknologier i formidlingen af kulturelle oplevelser. Samtidig er det vigtigt at få en forståelse af hvordan Oldtidsstiens kontekst, og hvorledes sammenhængen mellem de mange artefakter der er langs ruten, formidles i sin nuværende form, samt de problematikker der er forbundet med dette, og hvilke potentielle muligheder der foreligger i et nyt design.

”What are the contextual, physical, temporal, sensory, social and cognitive factors we must consider as we embark on design? What is the essence of the existing user experience? What are essential factors that our design should preserve?”¹¹⁰

¹⁰⁹ Buchenau et al 2000:425

Ovenstående er alle aspekter, der skal overvejes i den del af designprocessen, som netop forundersøgelserne går ind og ser på i forhold til brugeroplevelsen af de udvalgte cases og Oldtidsstiens nuværende form.

Buchenau og Suri mener, at man igennem identificeringen af forskellige trin i forhold til designprocessen kan benytte sig af *Experience Prototyping*, som er anvendeligt at have med i overvejelserne. Et af trinene er det stadie, hvor man udforsker og evaluerer designideer.

*"In exploration and evaluation of ideas: Experience Prototyping can provide inspiration, confirmation or rejection of ideas based upon the quality of experience they engender. It produces answers and feedback to designers' questions about proposed solutions in terms of "what would it feel like if...?"*¹¹¹

I forbindelse med forundersøgelserne har vi en antagelse om, at der også kommer til at opstå både abstrakte og potentielt konkrete ideer til et senere designforslag, gennem de erfaringer vi har gjort os. Helt konkret er det der skal søges svar på i forhold til vores arbejde i felten, hvorledes der formidles kultur gennem forskellige digitale medier i flere forskellige kontekster.¹¹²

Samtidig skal det ligeledes afdækkes, hvorledes historieformidlingen er på Oldtidsstien i sin nuværende form samt, som tidligere nævnt eventuelle problemstillinger med dette. Vores tanker og refleksioner fra vores forundersøgelser vil vi anvende til at komme med et bud på, hvorledes denne formidling og kommunikationen af denne, gennem et givent medie, kan forbedre brugeroplevelsen.

Refleksioner over metoden

Vi er dog bevidste om, at der kan være visse problemstillinger forbundet med, at vi anvender os selv som testpersoner til at undersøge de forskellige cases, der forekommer som baggrundsmateriale i nærværende speciale. Nogle af de elementer der kan være problematiske er, at vi har nogle specielle præferencer, idet vi ikke er

¹¹⁰ Buchenau et al 2000:425

¹¹¹ Ibid:431

¹¹² En definition af begrebet "oplevelsesrum" findes på p. 112

almindelige forbrugere af oplevelserne. Dette kan komme til udtryk i vores vinkel på analysen, og vi vil derfor være opmærksomme på dette. Men i og med at vi anvender en metode, som gerne skulle være med til at objektivisere de erfaringer, vi gør os i forbindelse med oplevelsestilbuddene, vurderer vi at disse risici mindskes.

Hvis vi havde haft flere ressourcer og mere tid, ville vi også have sendt andre brugere ud og teste oplevelserne. Men idet vi ikke har haft mulighed for at sende brugere til bl.a. København og London mm., var det mere nærliggende selv at undersøge oplevelsestilbuddene, hvilket også underbygges af Hird og Kvistgaards testmetoder.¹¹³ Da vores metode bl.a. bygger på Hird & Kvistgaards teorier *ID360* og *Oplevelsesmatricer*, hvori de nævner, at man kan anvende sig selv som testperson, finder vi at det retfærdiggør brugen af os selv. Desuden har Hird & Kvistgaard i deres egne undersøgelser anvendt sig selv.

Endvidere er alle oplevelser subjektive, og dermed vil det ikke trække ned i undersøgelsen, at vores empiriindsamlinger også bliver subjektive. Vi er dog bevidste om, at nogle teoretikere finder, at denne metode ikke er valid, idet man tillægger oplevelsen sine egne meninger og værdier, og derfor ikke objektivt kan undersøge den givne oplevelse neutralt. Vi er dog ikke selv af denne opfattelse.

¹¹³ ID360 og Oplevelsesmatricer jf. afsnit Testmetoder p. 51

Anvendelse af vores egen testmetode

Vi har anvendt vores egen testmetode under vores besøg af de udvalgte cases.

Den første kategori er *indholdet* og indeholder seks underkategorier:

- Historiske fakta
- Læring
- Fortælling
- Fleksibelt indhold
- Brugergenereret indhold
- Det uforudsigelige og det forudsigelige

Den anden kategori er brugeren og indeholder fire underkategorier:

- Brugerinddragelse
- Sanseindtryk
- Identifikation
- Endt besøg

Den tredje kategori er kontekst og indeholder tre underkategorier:

- Rumlig kontekst
- Værdimæssig kontekst
- Case-mæssig kontekst

Den fjerde kategori handler om teknologi i oplevelsen i forhold til brugeren og indeholder tre underkategorier:

- Det teknologiske værktøj
- Forståelse af teknologien
- Udfordringer

Begrundelse for udvælgelse af cases

Grunden til at vi har udvalgt de cases, som er med i specialet skyldes flere ting. For det første har et kriterium for udvælgelsen haft udgangspunkt i den geografiske placering af de forskellige cases. Da den ene af os er bosiddende i Aarhus og den anden i Aalborg, har dette medvirket til, at vi kender til en del oplevelsestilbud i netop disse byer, og de var samtidig lettilgængelige i forhold til placering. Ydermere har vi enten hørt rosende ord om dem eller læst om dem i forbindelse med vores speciale.

Grunden til at vi valgte casen "VÆGGEN" i København skyldes megen positiv omtale og ros. Det samme er gældende ved casen i London. Samtidig opfyldte begge cases flere af de ting som vi finder interessante i forhold til at skulle udvikle vores eget konceptforslag til Oldtidsstien. Dette være sig at der er tænkt på brugerinddragelse under oplevelsen, og at der er en mening med de forskellige ting, som bliver fremhævet i oplevelsen. Desuden er besøgstallet hos både VÆGGEN og London applikationen blevet forøget, siden disse oplevelser blev indført. Endvidere er vi, qua vores studie, bundet af, at der skal indgå teknologi, i de oplevelsestilbud vi undersøger, hvilket alle de udvalgte cases lever op til.

Derudover har vi besøgt Oldtidsstien som en del af vores empiriindsamling. Vi fandt frem til casen, da vi var inde på Moesgård Museums hjemmeside for at læse om udstillingen "Syv Vikinger", der havde fået megen ros.

Beskrivelse og analyse af cases

Beskrivelse af byvandring i Aarhus - Kvindemuseet

For at komme væk fra de faste rammer omkring udstillingen "Pigernes og drengenes historier", har Kvindemuseet i Aarhus taget initiativ til at udvide formidlingen af barndommens kulturhistorie. Formidlingen kommer til at foregå i et konkret, fysisk byrum ved hjælp af digital teknologi.

Helt konkret udbyder Kvindemuseet tilbuddet om en digital byvandring, som formidles via en PDA.¹¹⁴ Guiden giver publikum mulighed for at følge seks børn ud i Aarhus by og opleve de steder, hvor børnene i industrikulturens tid arbejdede hårdt.

Formidlingen foregår i det fysiske byrum rundt om i Aarhus midtby. Via digitalguiden formidles der fortællinger og oplevelser om industrialiseringen af Aarhus gennem autentiske barndomstællinger fra datidens piger og drenge. Disse historier formidles på en PDA gennem lyd, billeder og film, som er koblet direkte til autentiske miljøer ude i Aarhus by.

Med byvandringen går publikum i fodsporet på børnene Karen, Irma, Bernadette, Bjarne, Kaj og Adolf i deres barndomskvarterer, i deres by som Aarhus så ud for 50-100 år siden. Som det første møder publikum disse børn ved at se fotos af børnene og høre dem fortælle om deres barndom. Dernæst ledes publikum gennem byen på jagt efter de steder/poster, hvor disse børn boede, arbejdede og færdedes.

Den digitale byvandring kan som sagt benyttes på en PDA som udlånes af Kvindemuseet. Det er op til publikum om de ønsker at starte eller afslutte deres oplevelse på Kvindemuseet med byvandringerne, eller om de blot ønsker at opleve byvandringerne uden Kvindemuseets faste udstilling "Pigernes og drengenes historier". Publikum opfordres desuden til aktivt at bidrage med deres barndomshistorier i deres by på museets computere. Disse brugerhistorier vil være tilgængelige for museets øvrige publikum.¹¹⁵

¹¹⁴ (Personal Digital Assistant) Det er en lille håndholdt computer

¹¹⁵ Bilag 1 og 2

Analyse af byvandring i Aarhus - Kvindemuseet

Indhold: historiske fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

Den første kategori er indhold, og alle dens underkategorier kredser derfor indenfor dette felt. Den historiske fakta i audioguiden kommer til udtryk gennem seks separate historier om seks børn, som alle er opvokset i Aarhus. Der er mulighed for at følge Karen, Irma, Bernadette, Bjarne, Kaj og Adolf, hvor vi valgte at følge Irma, da vi besøgte casen.

Audioguiden giver de besøgende et indblik i de seks børns barndom, hvor de har gået i skole, arbejdet og leget som børn i Aarhus by mellem 1920 og 1950. Vi vurderer, at der er potentiale for læring, idet audioguiden leverer et fagligt og oplysende indhold indenfor sin egen kontekst.

Fortællingen af disse seks børns liv gives i form af fortællinger, der giver brugerne et indblik i livet i Aarhus by under industrialiseringens tid. Igennem disse fortællinger får brugerne et kendskab til børnenes barndom i de autentiske omgivelser. Grunden til dette er muligt er, at mange af bygningerne fra børnenes tid stadig står tilbage i Aarhus, som de så ud dengang. Der er mulighed for at supplere disse fortællinger med udstillingen på selve Kvindemuseet, og i form af de tilgængelige computere som ligeledes kan forefindes på museet.

I forhold til det fleksible indhold finder vi, at der er rig mulighed for museet at ændre indholdet i audioguiden. Der er i Kvindemuseets database, informationer omkring mange Aarhus børn, så derfor kan museet efterhånden skifte de seks børn ud med seks nye børn, og dermed vil det være en ny oplevelse for tidligere brugere af oplevelsen.

Der er dog ikke rigtig mulighed for brugergeneret indhold i audioguiden. Brugerne kan ikke være medskabere af noget indhold til oplevelsen. En af de eneste medindflydelser brugerne har på deres egen oplevelse er, at de selv kan beslutte hvem af børnene de ønsker at følge.

Det uforudsigelige ved audioguiden er, at man som bruger ikke ved hvor man skal gå hen. Guiden fortæller nemlig kun den næste destination på det valgte barns rute.

Dermed går man rundt, og ikke ved hvor man ender. Man har godt nok inden man går i gang med at gå, set et oversigtskort. Dermed har man set området, men mange vil muligvis ikke 100 % kunne huske hvor man skal gå hen. I modsætning til det uforudsigelige er der selvfølgelig også nogle forudsigelige elementer. Vi ved, at vi skal gå rundt i Aarhus midtby og gå i fodsporene på udvalgte børn. Hvad der derudover kommer til at ske ved vi ikke.

Generelt fungerer indholdet godt i audioguiden. Det eneste som trækker ned, er den manglende mulighed for brugergeneret indhold. Dette tror vi vil kunne skabe en større medindsigt og engagement hos brugerne, undervejs på deres tur rundt i Aarhus for at lære mere om det valgte barn. Vi ender med at give denne kategori 4 point.

Brugerne: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

I denne kategori er fokus på brugeren sat op i forhold til oplevelsen. Med henblik på brugerinddragelse i oplevelsen klarer audioguiden sig fint. Det er muligt for brugerne at interagere med audioguiden i form af, at de skal vælge hvilket barn, de ønsker at følge. Der er seks børn at vælge imellem. Man guides hele tiden igennem, idet to personer har indtalt en vejledning, der guider en igennem.

Når man så har valgt hvilket barn man ønsker at følge, kommer der et kort frem på skærmen, som viser hvor man skal gå. Igen forklares det med stemmerne hvor man skal gå hen til at starte med. Man kan følge med på kortet ved at navigere rundt med piletasterne på skærmen. Når man er kommet frem til den første "post" fremkommer der et billede på skærmen, som så viser hvorledes her så ud dengang det valgte barn boede her, gik i skole eller lign.

Vi fulgte i vores oplevelse pigen Irma, og fik dermed at vide at vi skulle gå op ad Clemens Stræde, for at se det hus som Irma boede i som barn. Der er en form for brugerinddragelse i denne oplevelse, idet brugerne aktivt skal foretage et valg i forhold til hvilken oplevelse, de ender med at få. Dog kunne oplevelsen eventuelt have indeholdt nogle små opgaver, som på den måde havde været med til at inddrage og engagere brugerne undervejs i fortællingen, i vores tilfælde Irma, for at gøre oplevelsen endnu mere brugerinddragende.

Undervejs i oplevelsen blev vores sanseindtryk påvirket. Der var dog ikke megen fokus på lugte- og smagssansen. Der var en rimelig kontakt til følesansen, da man skulle interagere med skærmen undervejs på sin tur. Dog kunne denne interaktion have været anvendt i et bredere omfang. Der var et fint brug af gæstens høresans, da man skulle høre på to personer, der fortalte hele beretningen om de seks børn og forklarede hvor man skulle gå hen undervejs i forløbet.

Man anvendte sin synssans meget, idet man både skulle kigge på audioguiden og kigge rundt i byrummet i sin tur i sporene efter f.eks. Irma. Den visuelle virkning på audioguiden er okay. Der er et kort over byen, og hvor man skal gå rundt. Det er simpelt, men enkelt. Der kunne godt have været mere lir på grafikken, men det virker, så egentlig synes vi ikke, at det gør oplevelsen ringere.

Generelt fandt vi, at oplevelsen med audioguiden var en god oplevelse, idet vi ved at følge Irmas fodspor fik en reel fornemmelse af, hvordan livet var for Irma. På den måde kunne vi identificere os med Irma og blev dermed påvirket af oplevelsen.

I forhold til vores indtryk efter besøget finder vi, at det er en skam, at der ikke gøres megen reklame med at museet har en audioguide. Dette er synd, da tilbuddet til turen ude i det fri er gratis. Derudover reflekterede vi efter besøget over, at oplevelsen havde været god, engagerende og huskværdig.

Generelt synes vi, det er en god måde at opleve Aarhus by på, samtidig med at man som museumsgæst får mulighed for at få et indblik i nogle børns liv i det gamle Aarhus. Vi vurderer, at audioguiden er med til at brandet omkring Kvindemuseet forbedres og udvides, idet den kan tilbyde et nyt og ekstra element til udstillingerne, og som er med til at inddrage brugerne noget mere. Vores indtryk af oplevelsen var efterfølgende positiv. Der er dog mulighed for forbedringer indenfor denne kategori for at gøre oplevelsen endnu bedre. Vi synes dog at den fortjener 4 point.

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

Det som karakteriserer dette oplevelsesrums værdier er, at der er tale om et byrum. Hermed handler det om oplevelser i det fysiske byrum. I byrummet er der mulighed for

at skabe autentiske oplevelser, idet noget af byrummet ikke har ændret sig væsentligt siden de seks udvalgte børns barndom i industrialiseringen.

Når man går rundt i byen med audioguiden på vej hen til de forskellige specifikke steder, lægger man mærke til byen på en anden måde, end når man bare går rundt og shopper i byen. Man ser ligesom byen på en anden måde end man plejer, hvilket vi ser som en værdi i oplevelsen. Det audioguiden tilføjer til den rummelige kontekst er, at den beretter om detaljer i byrummet, som man ellers ikke ville lægge mærke til. På den måde kan man tale om, at oplevelsesrummets fysiske rammer er et åbent byrum, hvor der så er indlagt forskellige digitale billeder indover.

I byrummet kan lyden fra audioguiden genere andre, hvis man som os ikke havde tilkøbt høretelefoner. Vi vurderede dog, at da det hele foregår ude i byrummet, synes vi ikke, at det er en stor forstyrrelse til byrummet, idet der allerede var en del støj fra biler og andre mennesker. Audioguiden har udover fortællingerne i byrummet, en funktion der kan berette meget dybdegående om udstillingerne på selve Kvindemuseet. Vi mener dog, at hvis man til disse dybdegående fortællinger til udstillingerne havde gjort det på samme måde, som vi gjorde udenfor, ville det helt sikkert have forvoldt gener for andre museumsgæster. Derfor er det fint, at der er mulighed for at tilkoble høretelefoner til audioguiden. Alt i alt finder vi, at byrummet til denne oplevelse har mange muligheder og værdier, og dermed er med til at danne rammen om denne oplevelse.

Den værdimæssige kontekst er med audioguiden på sin egen måde unik, idet den giver et ekstra lag til den traditionelle museumsoplevelse. Det er en værdi at Kvindemuseet formår at anvende teknologi, der beriger oplevelsen, som de kan tilbyde deres brugere. PDA'en er enkel at anvende og meget ligetil for både børn og voksne. Dette har en stor plusværdi.

I forhold til den case-mæssige kontekst undersøgte vi ikke nogen anden case som på samme måde tilbød en oplevelse med en audioguide. Derfor er denne en kende svær at sammenligne med de andre. Dog kommer den i nærheden af de oplevelser, som inkluderer en applikation. Hvis vi ser på audioguiden med de andre applikationer in mente, finder vi at den klarer sig ganske godt. Der er muligheder for forbedringer i

form af mere brugerinddragende aktiviteter, samt at får brugerne for, at de kan have en indflydelse på deres egen oplevelse.

Vi vurderer dermed at audioguiden i denne kategori klarer sig udmærket og giver den dermed 4 point.

Teknologi i oplevelsen: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer

I dette tilfælde er det teknologiske værktøj en PDA. Denne fungerede okay, men skærmens størrelse betød, at den ikke lagde op til, at man gik flere sammen, da det dermed kunne være svært at følge med i det, som foregik på skærmen. Lyden var indimellem svær at høre, især da vi hørte Irma, som var pigen vi fulgte, hendes stemme var svag og ikke særlig høj.

Det teknologiske værktøj medfører en fordel i forhold til brugerne, idet man igennem audioguiden bliver en aktiv del af ens egen oplevelse i form af, at man aktivt skal vælge et barn at følge. Samtidig medfører audioguiden en mulighed for at skabe nye former for oplevelser udenfor museets vægge. Kvindemuseet formår hermed at udnytte byrummet omkring dem til at formidle videre på den historie, som de formidler inde på museet.

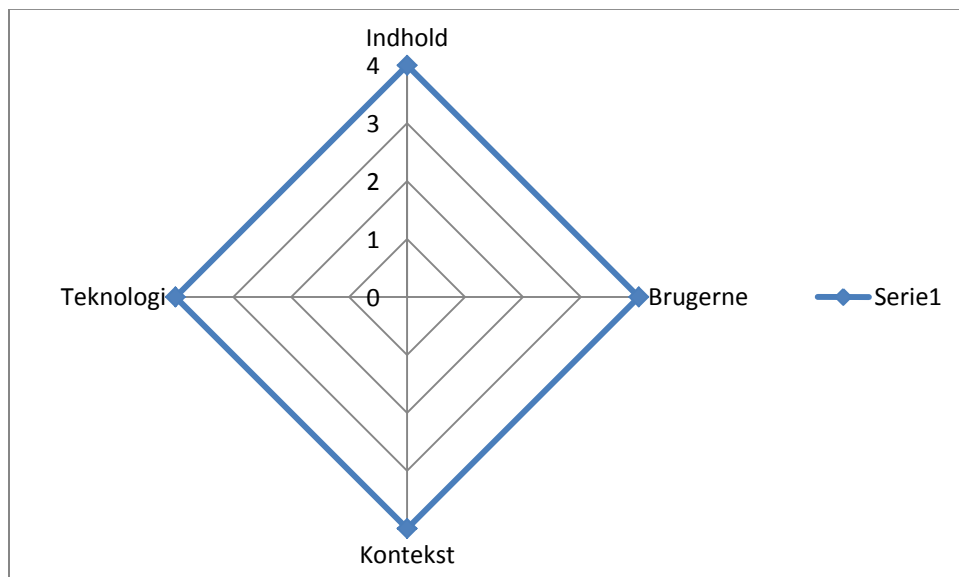
Vores forståelse af teknologien er, at den fungerede fint, idet teknologien virkede som den skulle. Den gav en ekstra oplevelsesmulighed, som ellers ikke var tilgængelig. Samtidig er det et plus at PDA'en udlånes af Kvindemuseet gratis til alle, som har lyst til at prøve audioguiden. Dermed er det ikke et krav, at brugerne har en smartphone.

Udfordringer ved PDA'en er bl.a. som før nævnt lyden, som i visse tilfælde under vores tur var svært at høre. Samtidig kan audioguiden have en afskrækkende effekt på nogle brugere, der ikke er vant til at teknologi indgår i deres dagligdag, hvilket kan resultere i, at de vælger oplevelsen fra.

Vi finder at det teknologiske i audioguiden fungerede udmærket. Dog kunne man sagtens have indlejret små videofilm, sange, små quizzer mm., der ville have givet en

større indsigt i de enkelte børns liv. Oplevelsen var dog god med mulighed for at gøre den endnu bedre. Vi giver den dermed 4 point.

Alle disse point illustreres i et spindelvævsdiagram for at danne et overblik over testmetodens resultat af den givne case.



Beskrivelse af Aarhus StreetMuseum – Den Gamle By

Aarhus StreetMuseum er en applikation der er udviklet af Den Gamle By I Aarhus. Den er udviklet med henblik på at brugerne kan opleve Aarhus by på en ny og anderledes måde end tidligere. Gennem applikationen kan brugerne se historiske fotografier med understøttende tekst, så de både får et indblik i og fornemmelse af hvordan Aarhus så ud i gamle dage, og hvordan hverdagslivet var. Historierne er store som små og varierer fra fortællinger om byens udvikling i 1800-tallet til historier omkring livet under 2. Verdenskrig. Samlet set er det fortællinger, om hvorledes Aarhus har udviklet sig, til hvad det er i dag.

Applikationen indeholder et kort over Aarhus, hvor man kan vælge den lokalitet, der ønskes yderligere uddybende viden om. Hvis man slår GPS'en til i sin smartphone,

kan applikationen finde brugerens egen placering på Aarhuskortet, og se hvor man står i forhold til de lokaliteter, der er indkodet i applikationen.¹¹⁶

Analyse af Aarhus StreetMuseum – Den Gamle By

Indhold: historisk fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

Det historiske faktiske indhold i applikationen er billeder af gamle bygninger mv. fra Aarhus i gamle dage, tekst der understøtter billederne, et kort hvor det er markeret, hvor man kan finde de forskellige punkter med muligheden for at zoome ind og ud.

Umiddelbart virker indholdet up-to-date og er historisk korrekt, hvilket vi tror skyldes, at Den Gamle By er meget opsatte på, at det skal være overensstemmende med hvad de viser af billeder og hvor tingene lå. Dog kunne indholdet godt have været lidt mere levende i form af noget AR teknologi, som ville give oplevelsen et ekstra lag, idet vi oplevede at stillbillederne godt kunne virke lidt tamme.

Det faktuelle indhold er okay. Vi kunne til hver bygning læse et lille tekststykke, som gav oplysninger omkring den bygning, vi nu stod ved. Denne information var kort og præcis. Vi lærte under vores tur rundt i Aarhus med applikationen noget nyt omkring de udvalgte bygninger, men vi vurderede at oplevelsen sagtens kunne have været mere udbytningrig. Vi finder derfor, at der potentielt er mulighed for, at brugerne opnår en læring ved at gennemgå denne oplevelse.

Applikationen var ikke bygget op omkring en fortælling. Dette kan måske også være forklaringen på, hvorfor vi ikke helt føler, at vi har fået det ud af applikationen, som vi inden havde håbet på. Den eneste fortælling som binder de forskellige indslag i applikationen sammen er, at de alle omhandler historiske bygninger i Aarhus by.

Vi finder, at der er tale om et fleksibelt indhold i applikationen, idet Den Gamle By har rig mulighed for at ændre indholdet i applikationen. Skabelonen er udført, og på den måde kan museet ligge al den information ind i applikationen, som de finder relevant.

¹¹⁶ Hjemmeside 86

I forhold til brugergeneret indhold er der ikke som sådan mulighed for brugerne for at genere indhold til deres oplevelse. Det eneste brugerne har mulighed for er, at de skal anvende sig selv for at kunne se billederne af de gamle bygninger, som applikationen beretter om. Brugerne har dog ikke mulighed for andre former for brugergeneret indhold.

Det uforudsigelige ved denne applikation er, at brugerne ikke kender til oplevelsens fulde struktur, når de starter. Oplevelsen sammensættes individuelt efter den enkelte brugers valg undervejs. Selvfølgelig kender de til den overordnede rammesætning for applikationen, men det konkrete indhold i deres specifikke oplevelse kender de ikke. Modsat kan man snakke om, at det forudsigelige i applikationen er, at brugerne ved at den handler om noget historisk, der er formidlet på en ny og mere brugerinddragende måde.

I forhold til denne kategori finder vi at Aarhus StreetMuseum klarer sig okay, men det kunne bestemt være bedre. Den samlede pointscore bliver derfor 3 point.

Brugerne: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

I applikationen synes vi at der er tale om brugerinddragelse. Med dette menes at brugerne selv bestemmer, hvor de vil gå hen, i hvilket tempo og hvor mange af lokationerne de ønsker at besøge. De har mulighed for at interagere med applikationen, i form af at trykke på skærmen og dermed opnå oplysninger i form af tekst materiale når de står foran den valgte lokalitet. Da funktionaliteten på applikationen er meget enkelt sat op, tror vi ikke, at dette vil skabe problemer for brugernes interageren med skærmen. Det er smart, at man hele tiden kan følge med i, hvor man er henne i forhold til placeringerne af punkterne, der er i applikationen, hvor man kan se billeder af de gamle bygninger og gader mv..

Vi mener, at der måske godt kunne være en større sammenhæng med de forskellige billeder, der er i applikationen. Dette kunne f.eks. være at applikationen anbefaler en rækkefølge, hvor man kunne se billederne således, at man følger Aarhus' udvikling. Dette ville være en hjælp i forhold til brugernes inddragelse i oplevelsen. For på den måde ved de, hvad de skal gøre.

Generelt fandt vi, at brugerinddragelsen i applikationen i nogle tilfælde fungerede og i andre ikke fungerede. F.eks. virkede applikationen ikke helt optimalt, når man forsøgte at zoome ind på skærmen i forhold til hvilket punkt, man gerne ville ind på. Desuden havde vi også nogle små udfordringer, i forhold til at finde ud af hvor man skulle stå, for at se billederne korrekt.

I oplevelsen gjorde vi brug af flere af vores sanser. Der var primært noget for syns- og følesansen. Da selve oplevelsen foregik ude i Aarhus byrum, var der selvfølgelig en del bystøj, som påvirkede vores høresans, imens vi stod med applikationen. Vi benyttede vores synssans til at se på det indbyggede kort over byen med små angivelser af, hvor man kunne gå hen og se billederne, og samtidig kunne man se, hvor man selv stod i forhold til de forskellige positioner. Dette er også med til at tilføje værdi til oplevelsen, hvis f.eks. brugeren ikke er kendt i Aarhus, vil et kort lige ved hånden kunne hjælpe. På den måde er indholdet med til at skabe værdi i oplevelsen.

Vi kunne på en måde godt identificere os med dele af oplevelsen og på den måde være blevet påvirket af oplevelsen. Vi havde dog håbet på endnu mere indlevelse, i form af AR-teknologi og synes derfor, at der er potentiale for at gøre oplevelsen endnu bedre.

Vores indtryk af oplevelsen efter endt besøg var, at applikationens indhold på nogle områder meget fint stemmer overens med hvad brugerne har brug for. Dette skyldes at applikationen er designet til at give brugerne et indblik i, hvordan det gamle Aarhus så ud. Vi fandt den relativ nem at anvende til dens formål, dog kom den hurtig til at virke en smule ensidig. Brugerinterfacet er enkelt sat op og forholdsvist nemt at finde rundt i.

Vi prøvede både applikationen på en htc telefon og en iPad. Vi syntes begge at det fungerede bedst på en iPad, idet der her er tale om en større skærm og dermed et større billede, hvilket var positivt da vi var to om at dele oplevelsen.

Vi fandt det positivt at snakke om applikationen undervejs og understøtte de forskellige historier med personlige anekdoter mm. Hermed medførte applikationen, i vores tilfælde, til et socialt samvær. Dog ender vi med at give denne kategori 3 point.

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

Applikationens, og dermed den rummelige konteksts, omgivelser er Aarhus midtby. Denne består af mange forskellige bygninger, gamle som nye. Rummet indeholder mange modsætninger og er både moderne, rustikt, gammelt, nyt, småt og stort. Der er især mange gamle bygninger, der er moderniseret. Desuden er der mange små gader og flere store pladser. Overordnet kan man tale om et generelt byrum.

Den værdimæssige kontekst var i dette tilfælde præget af, at vi forinden selve oplevelsen havde en del forventninger til denne. Det vi kunne læse om applikationen lagde op til at den ville være indenfor vores interessefelt. Vi havde dermed tillagt den nogle værdier i form af, at den ville være brugerinddragende, interessant og på en måde kunne få skabt et bindeled mellem den tekniske del – applikationen – og så de historiske omgivelser i byrummet. Helt konkret kunne det f.eks. være ved, at man kigger på Aarhus Domkirke gennem sin mobiltelefon og derigennem ser et billede af, hvorledes kirken så ud for f.eks. 100 år siden.

Vi blev dog en anelse skuffede, idet der ikke var mulighed for at se 3D billeder på sin mobile enhed, af den bygning man stod foran. Dette betyder, at man i realiteten kunne have siddet derhjemme og fået de samme oplysninger fra applikationen, som ved fysisk at være der. Dette synes vi er en stor mangel ved applikationen, som Den Gamle By har udviklet.

Generelt oplevede vi en del ”forstyrrende” elementer ude byrummet i forhold til applikationen. Der er hele tiden mange mennesker rundt omkring en og skilte rundt omkring, der fortæller alt om priser, gaderne, trafikskilte osv. Dog kan man sige, at da applikationens indhold også omfatter informationer af de omkringliggende gader, butikker mm., er disse elementer en del af den samlede oplevelse af Aarhus StreetMuseum. Vi vurderede dog under vores oplevelse, at der sagtens kunne have været lidt flere eksplicite informationer om de enkelte steder, hvad der har været der før, hvad der skal ske i fremtiden. Disse informationer kunne man så vælge at læse, hvis man havde lyst eller springe dem over, hvis man fandt dem irrelevante.

Helt overordnet vurderer vi, at applikationen har potentiale til at være en god oplevelse. Vi finder dog ikke, at den i sin nuværende form er helt perfekt. Den er godt på vej,

men vi fandt den skuffende, idet den blot viste stillbilleder af den bygning, man stod og kiggede op på.

Den case-mæssige kontekst bliver i denne oplevelse set i forhold til applikationen StreetMuseum i London, da setup'et på flere områder minder om applikationen i denne case. Derfor vil en sammenligning først komme i det lignende afsnit i bearbejdningen af applikationen StreetMuseum i London.

Den samlede vurdering bliver igen, at denne får 3 point.

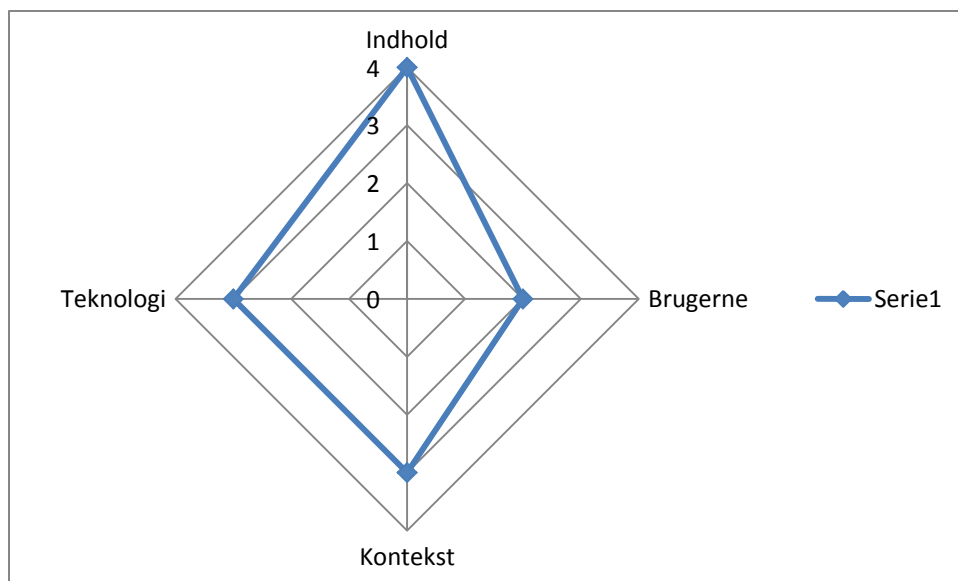
Teknologi i oplevelsen: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer

Det teknologiske værktøj er en applikation, hvor brugeren er afhængig af at have enten en smartphone eller en tablet, for at kunne anvende applikationen. Det første skridt brugeren skal tage er at downloade applikationen til sin mobile enhed, hvor det er en forudsætning, at brugeren ved, hvorledes man gør dette. I applikationen er der indbygget en GPS, som kan vise en, hvor man præcis er, og hvor de anbefaler, at man står i forhold til at se den historiske bygning mm., som beskrives i applikationen. Teknologien medførte en ny fleksibel form for oplevelse ude i byrummet, som brugerne kan anvende, når de nu engang har lyst. På den måde kan museerne få formidling omkring Aarhus by, når de lige præcis har lyst til det. Dog blev vi en anelse skuffede, da der ikke var AR teknologi i applikationen. Vi havde begge forventet, at der ville være AR i oplevelsen, således at der ville være mulighed for at se en 3D gengivelse af billeder fra gamle dage ved at holde ens smartphone eller tablet op foran den givne bygning.

En udfordring ved det teknologiske værktøj kan være, at nogle brugere kan have svært ved at finde ud af, hvorledes applikationen fungerer. En anden udfordring kunne være at, i og med at brugerne aktivt skal gå ind og vælge specifikt denne applikation, kan det være at nogle personer aldrig opdager, at denne applikation findes.

Vi synes dog at teknologien virkede som den skulle og giver derfor denne kategori 4 point.

Alle disse point illustreres i et spindelvævsdiagram for at danne et overblik over testmetodens resultat af den givne case.



Beskrivelse af VÆGGEN - Københavns Museum

VÆGGEN er fire interaktive multitouchplasmaskærme og har en samlet længde på 12 meter. VÆGGEN lægger op til at brugerne skal opleve og selv fortælle om Københavns historie før og nu. Dette kommer til udtryk gennem et gigantisk billedunivers, hvor der både indgår stillbilleder og videoer. Brugere har mulighed for at uploade billeder, videoer og audio til VÆGGEN, hvilket både kan foregå hvor VÆGGEN står fysisk placeret, eller det kan ske via Københavns Museums egen hjemmeside. Der er forskellige muligheder for formidling, man kan benytte på VÆGGEN. Man har både adgang til indhold, der er genereret af museet selv samt brugergenereret indhold. Man har yderligere mulighed for at anbefale, kritisere og kommentere på alt indholdet. Yderligere har man mulighed for at sende digitale postkort og eller videoklip, til folk man kender, eller optage film med anmeldelser til andre brugere.

VÆGGEN vil i de kommende fire år være opstillet på forskellige pladser rundt omkring i København. Den er et led i Københavns museums formidling af de arkæologiske udgravninger i forbindelse med anlæggelsen af Københavns nye metro, Cityringen.¹¹⁷

Analyse af VÆGGEN – Københavns Museum

Indhold: historiske fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

Indholdet i VÆGGEN er faktisk viden om Københavns historie. Indholdet til VÆGGEN generes både af Københavns Museum og af brugerne. Der er fin mulighed for at opnå læring igennem sin oplevelse med VÆGGEN. Dette skyldes bl.a. muligheden for brugeren for at tilgå denne viden i form af at vælge de informationer ud, som de finder interessante.

Selve fortællingen i denne oplevelse er meget simpelt Københavns historie. Så vidt vi kunne se og læse os frem til, er dette det eneste kriterium, som Københavns Museum har haft. Museet har valgt at inddele alle informationerne i nogle byområder såsom Frederiksberg og Vanløse. Imellem de forskellige bydele er det muligt at vælge nogle specifikke fortællinger, f.eks. demonstration på Blågårds Plads der foregår tæt på den bydel, som fortællingen ligger op af. Ydermere er hele interfacet sat op som en slags tidslinje, hvor man så skal scrolle på skærmen for at rykke frem og tilbage på den, indtil man har fundet sig en historie, man ønsker at vide mere om. Når man har fundet et tema, trykker man på denne og dermed kommer der flere underhistorier frem. Der er derfor mange fortællinger i VÆGGEN, og det har ikke været muligt at læse dem alle. Vi har læst en del, både på selve VÆGGEN og på dens hjemmeside.¹¹⁸

I forhold til om der i VÆGGENs tilfælde er tale om fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, må vi sige at her scorer VÆGGEN højt i begge tilfælde. Der er hele tiden fornyelse i VÆGGENs indhold, idet både Københavns Museum og brugerne lægger nye informationer i form af billeder og tekststykker ind på skærmen. Derfor vil der altid være noget nyt for den tidligere bruger af skærmen.

¹¹⁷ Hjemmeside 14

¹¹⁸ Ibid

I oplevelsen med VÆGGEN er der nogle ting, som er uforudsigelige. Vi vidste ikke helt, hvad vi præcist kunne forvente. Det samme lod sig gælde når vi stod foran VÆGGEN og trykkede på de forskellige ting på skærmen. Der er selvfølgelig også nogle ting, som er forudsigelige ved VÆGGEN. Vi vidste, at al information ville omhandle Københavns historie. Men det er ikke sikkert, at turister som helt tilfældigt kommer forbi ved dette. Der står nogle informationer omkring dette ved siden af VÆGGEN, men langt størstedelen vi så, gik direkte hen til VÆGGEN uden at læse informationerne omkring VÆGGEN inden. Så for den ”almindelige” bruger tror vi, at langt størstedelen vil starte med at trykke på skærmen, inden de læser noget som helst. Derfor er det forudsigelige ved denne oplevelse, at der er noget, som man kan trykke på, og at dette er det, som drager langt de fleste i første omgang.

Alt i alt synes vi at der er tale om et fint indhold i denne oplevelse og derfor giver vi denne 5 point.

Brugerne: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

I denne oplevelse er der tænkt på brugerinddragelse. Den ligger op til, at brugerne skal interagere med skærmen, for ellers bliver oplevelsen hurtigt kedeligt og ikke særlig informativt. Den ligger derfor op til at brugerne inddrager sig selv, uploader billeder og sender postkort til bekendte. Denne mulighed medfører brugerinddragelse i oplevelsen, idet brugernes valg har en indflydelse VÆGGENS indhold.

Vi fandt dog, at brugerinddragelsen engang imellem faldt os svært, idet vi ikke altid forstod meningen, med det vi fik frem på skærmen. Nogle gange forsøgte vi at trykke på nogle historier for at kunne læse endnu mere om dem, men så skete der ikke mere når vi trykkede. Det var ikke altid at skærmen reagerede, når man trykkede på den.

Under oplevelsen blev vores syns-, høre- og følesans påvirket. Vi gjorde brug af vores følesans idet vi skulle trykke på skærmen og dermed føle os frem til det næste træk i oplevelsen. Under oplevelsen kunne vi høre diverse lydklip og se forskellige billeder af København. Det var dermed ikke alle vores sanser, som blev påvirket under oplevelsen, men vi vurderer at det fungerede godt, at vi anvendte flere af vores sanser.

Vi finder, at der er rig mulighed for, at mange af brugerne kan identificere sig med oplevelsen. Dette skyldes, at selve indholdet i oplevelsen handler om Københavns historie, og dermed vil mange københavnere kunne relatere sig til indholdet og koble det til noget fra deres egen livshistorie. Derforuden vil det give mange nogle billeder på nogle måske glemte episoder fra deres liv.

Vi kunne dog også godt relatere os til noget af indholdet. Dette være sig forskellige kampe på Christania som vi f.eks. har fulgt på tv osv. Vi følte dog, at mange af de fortalte billeder og historier ikke gav 100 % mening for os. Vi ved ikke om dette skyldes, at vi er bosiddende i Jylland og dermed ikke kender København så godt, som selvfølgelig københavnere gør.

Efter besøget ved VÆGGEN var vores indtryk, at oplevelsen havde været god, men at vi indimellem havde følt os en smule forvirret, da vi stod foran skærmen. Vi ser dog potentiale i skærmen og tror at den kunne være gavnlig i flere andre byer. Det kan derfor kun blive til 4 point.

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

Den rummelige kontekst er lidt speciel i dette tilfælde, idet der er tale om det pulserende storbyliv, som netop er VÆGGENs omgivelser. Dens nuværende placering er på Rådhuspladsen, hvor der er mange mennesker, der hele tiden kommer forbi. Dette være sig både københavnere og turister. VÆGGENs foregående placering var Kongens Nytorv, hvilket også må siges at være et sted hvor både københavnere og turister kommer forbi. Samlet for begge placeringer gælder, at der oftest er tale om hektiske omgivelser, hvor VÆGGEN kan ses som muligheden for et åndehul inde i midtbyen. Vi tror ikke, at der er tiltænkt nogle specifikke tanker til VÆGGENs omgivelser andet end, at omgivelserne skal medføre, at folk kommer forbi VÆGGEN og dermed får lyst til at undersøge, hvad det er for noget.

Den værdimæssige kontekst er i denne oplevelse, at der er tale om en oplevelse med megen stor fokus på brugerne. Vi havde inden tillagt oplevelsen mange værdier, idet vi havde hørt og læst om det store fokus på brugerne i denne oplevelse. Mange af disse værdier blev kun understøttet af vores egen erfaring med VÆGGEN. Selvfølgelig var

der dele, vi ikke vurderede levede helt op til vores forventninger. Her tænkes bl.a. på selve interfacet og dets reageren på vores aktivitet, når vi rørte ved skærmen.

I forhold til den case-mæssig kontekst mener vi, at der er nogle unikke træk ved VÆGGEN. Det er ikke hver dag, at man kommer forbi en kæmpe stor digital skærm, som står til rådighed for alle nysgerrige blikke. Vi synes heller ikke, at der er nogle af de andre udvalgte cases, som kan sammenlignes med denne oplevelse. Derfor får denne lov til at stå alene.

Denne case scorer derfor 5 point i denne kategori.

Teknologi i oplevelsen: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer

I oplevelsen med VÆGGEN er det teknologiske værktøj fire multitouchskærme. Disse skærme fungerer ved, at brugerne trykker på skærmene og dermed får mulighed for at læse om Københavns historie. Skærmene er tilpas store til, at man kan opleve VÆGGEN socialt sammen med andre venner, og samtidig er der mulighed for at interagere med skærmens indhold i form af at kunne uploade billeder og tekst til VÆGGENS indhold. Teknologien giver museet en mulighed for at fange folks opmærksomhed inde i midtbyen. Muligheden for at interagere med oplevelsen kan medføre en interesse, for folk som ikke normalt kommer på Københavns Museum.

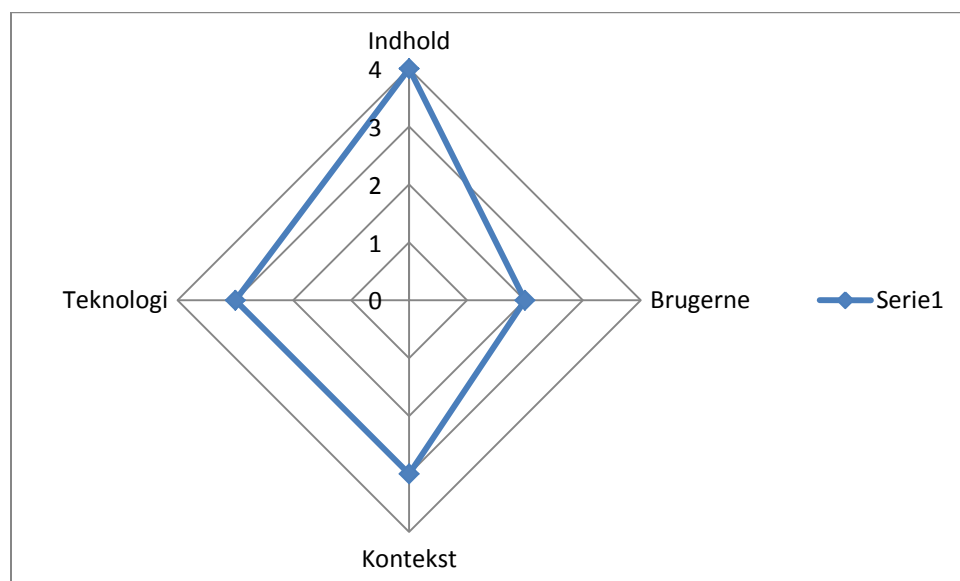
Vi oplevede flere gange, gennem vores egen interageren med installationen, at vi ikke forstod konteksten af de informationer, der blev formidlet på skærmene. Dette skyldes, at interfacet virkede uoverskueligt qua de mange valgmuligheder, der kom frem når vi ville have uddybende informationer om et givent emne. Dette bevirkede, at vi blev lettere irriterede da det besværliggjorde oplevelsen for os, hvilket også gjorde, at brugeroplevelsen ikke blev så optimal, som den kunne have været.

En af udfordringerne er, at nogle blot kigger på VÆGGEN og ikke aktivt tager del i oplevelse. Dette kunne vi bl.a. observere, da vi besøgte VÆGGEN. Nogle fandt sådan en stor skærm skræmmende, og de turde ikke gå hen og afprøve den, de første par gange de så VÆGGEN. Endvidere indeholdt VÆGGEN mange informationer, som

brugerne skulle forholde sig til, hvilket flere brugere også nævnte, da vi snakkede med dem og dette forvirrede nogle af brugerne.

Denne kategori får derfor kun 3 point.

Alle disse point illustreres i et spindelvævsdiagram for at danne et overblik over testmetodens resultat af den givne case.



Beskrivelse af Syv Vikinger – Moesgård Museum

Udstillingen *Syv Vikinger* er en række fortællinger fra vikingetidens Aros, som fortælles gennem syv vikinger. Settingen, der anvendes til at formidle disse historier i, trækker på en række virkemidler fra bl.a. teatrets verden. Målet med udstillingens udformning er at give brugerne en aktiv rolle i formidlingen og samtidig give de besøgende en nuanceret oplevelse.

Der anvendes forskellige former for teknologi i historiefortællingen, som fortælles gennem de syv vikinger: Hikuin, Arne, Tove, Harald, Reginbrand og folkene fra Randlev.

De skal alle forestille at have boet i det gamle Aros i 900-årene. Brugere har mulighed for at følge en af de syv vikinger på deres forskellige rejser i verden. Brugere

kan besøge udstillingen mange gange, hvor oplevelsen af at komme igennem udstillingen kan være forskellig fra gang til gang.

Alle vikingerne repræsenterer arketyper og institutioner fra vikingetiden, som den så ud dengang: håndværkeren, handelsmanden, eventyreren, bondekonen, kongemagten og kirken.¹¹⁹

Inden man går gennem udstillingen, skal man vælge et af syv fund, som alle er kopier af fund fra vikingetiden. Disse repræsenterer hver især en af de syv vikinger, og der er indbygget en elektronisk chip i dem alle. Når man placerer et fund på udvalgte stationer i udstillingen, får man en fortælling om den pågældende vikings holdninger/handlinger/oplevelser i forhold til et givent emne.¹²⁰ I forløbet hvor man befinder sig i udstillingen, får man et herigennem et indblik i *"(..)vikingetidens dagligliv, i væsentlige tendenser og begivenheder i perioden og i vikingernes globaliserede verden."*¹²¹

Endvidere sikrer de forskellige historier, at brugerne kan få fem unikke personlige oplevelser ved at bevæge sig rundt i udstillingen, hvor man samtidig kan drøfte ens oplevelser, imens man er in situ.

Lydfortællingerne vikingerne kommer med er indtalt af skuespillere, og hele konceptet er skrevet og instrueret i et samarbejde mellem Moesgård Museum og Vibeke Wrede, som er tilknyttet Odsherred Teaterskole.

Analyse af Syv Vikinger – Moesgård Museum

Indhold: historiske fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

I udstillingen "Syv Vikinger" er der tale om tilstedeværelsen af historisk fakta i form af syv forskellige fortællinger. Man vælger ved indgangen til udstillingen, hvilken viking man ønsker at følge igennem hele udstillingen. På den måde er der megen faktuel

¹¹⁹ Hjemmeside 13

¹²⁰ Ibid

¹²¹ Ibid

viden, der når ud til brugerne, og dermed har de mulighed for at lære en masse om en bestemt vikings liv.

Der er derfor en fortælling, som den enkelte bruger følger hele vejen gennem udstillingen, og denne fungerer også godt i udstillingen ”Syv Vikinger”. Vi finder det som en god ide med ”introduktionsrummet”, hvori meningen med ”Syv Vikinger” forklares, og hvor brugerne skal fortage et aktivt valg, og vælge hvilken viking man ønsker at følge. Fortællingen fungerer udmærket, dog oplevede vi flere gange, at man blev forstyrret i ens egen fortælling, da man kunne høre andres fortælling.

Museet har mulighed for at ændre de forskellige vikingers fortællinger og på den måde kan der skabes en form for fornyelse, idet det dermed er nogle nye vikinger, som gæsterne følger. Derudover er der mulighed for at ændre indholdet på de forskellige audio sekvenser og små skærme, som forefindes rundt i udstillingen. Dog er der ikke mulighed for at ændre ved de helt store ting i udstillingen.

Umiddelbart finder vi tanken om brugergeneret indhold interessant i denne case. Det er den bl.a. fordi, at udstillingen umiddelbart signalerer en åbenhed overfor brugerne. Dette sker i form af, at gæsterne selv bestemmer, hvilken viking de ønsker at følge. Dette er den eneste form for medindflydelse brugerne har på oplevelsen af udstillingen.

Inde i udstillingen er der på et tidspunkt muligt at sejle en tur selv. Vi fandt det svært at finde kursen under vores sejltur, men ellers gik det fint. Det hjalp på ens gejst, at man undervejs fik kommentarer på hvorledes man klarerede sig undervejs. Udover dette er der rundt omkring i udstillingen mulighed for, at ligge sin valgte genstand på en chip ved små skærme som så fortalte en beretning fra ens vikings liv. I og med at brugerne selv kunne beslutte i hvilken rækkefølge og hvor mange af disse beretninger vedkommende vil høre, er det med til at give en vis form for brugergeneret indhold.

Der er faktisk en del, som er uforudsigeligt i denne udstilling. Dette gælder allerede i introrummet, hvor man ikke lige med det samme ved, hvad man skal foretage sig. Det samme sker i det næste rum, hvor de syv vikinger ligger. Der er ligeså flere steder i det store rum, hvor man ikke lige med det samme kan gennemskue, hvad der skal ske. Selvfølgelig er der også visse dele, som er forudsigelige i udstillingen ”Syv Vikinger”, men generelt synes vi ikke, at disse gjorde sig synderligt bemærket.

Denne kategori fungerer godt i oplevelsen og vi giver den derfor 5 point.

Brugerne: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

I udstillingen "Syv Vikinger" er der megen mulighed for brugerinddragelse. Brugerne bliver aktive allerede inden de træder ind i udstillingen og bliver bedt om at tage aktiv del i udstillingen i form af, at de skal vælge en viking, som de skal følge igennem hele udstillingen. Dog har brugerne mulighed for at springe nogle historier over undervejs i udstillingen eller høre den samme historie to gange, hvis de lyster. Museet har valgt at tilbyde diverse former for indhold, og så kan brugerne selv tilvælge/fravælge, hvilke de ønsker at anvende under deres besøg i udstillingen.

Et stykke inde i udstillingen er der en stor skærm, der viste en globus i 3D. Ved denne var der mulighed for interaktion i form af, at følge en viking og se hvor han har været rundt i verden. Desuden var der tilknyttet en oplevelse til denne, hvori brugerne havde mulighed for selv at sejle i et virtuelt sejlskib, og på den måde få en fornemmelse af, hvorledes det har været at sejle på verdenshavene for vikingerne før i tiden. Undervejs på sin sejltur fik man feedback på, hvorledes man klarede sejlturen.

Muligheden for brugerinddragelse i udstillingen ligger ydermere op til, at man kan gå sammen to og to igennem hele udstillingen. Dette kan dog også være en hæmsko i form af, at man dermed finder de fortalte historier for lange. Generelt oplevede vi, at der nemt opstod kø ved de forskellige poster rundt om i udstillingen, hvor der er mulighed for at høre ens vikings fortælling.

Udover disse poster er der et lille rum, som primært henvender sig til børn, hvor der er mulighed for at lege viking for en kort stund. Der var yderligere forskellige audio sekvenser rundt omkring i udstillingen. Ved nogle af disse kunne brugervenligheden have været bedre, idet vi havde svært ved at se og forstå meningen med denne i forhold til konteksten. Måske kunne det være gavnligt med et lille skilt hvori pointen med dette forklares med få linjer ved de forskellige audio sekvenser.

De indtryk vi oplevede i udstillingen var blandede i form af, at vi både fik anvendt vores syns, høre- og følesans. Vi oplevede dog at brugervenligheden kunne have været

bedre, i det rum hvori de syv vikinger ligger. Vi fandt det i hvert fald svært at finde "vores egen viking", og prøvede derfor at lægge vores genstand på forskellige skærme, indtil vi fandt den rigtige. Derudover blev vores synssans påvirket af mange ting. Her kan bl.a. nævnes en videofilm af et vikingskib ude på havet, som kørte på en skærm hængende inde i det store rum. Desuden var der små computerskærme i cafeen. Disse kunne vi dog ikke få til at virke, hvilket var en skam. Generelt fandt vi det store udstillingsrum brugervenligt, idet det var meget intuitivt, hvorledes man skulle agere i forhold til de udstillede genstande. Det var udover disse indtryk et plus, at størstedelen af denne udstilling var handicapvenlig. Alt i alt var der en del for vores forskellige sanser. Dog kunne der godt have været noget med nogle lugte eller lignende.

Spørgsmålet omkring hvorvidt udstillingen har påvirket os er altid svær. Vi følte undervejs i udstillingen, at man ved at følge sin *egen* viking, på den måde bedre kunne leve sig ind i fortællingen, og dermed kan vi tale om, at denne oplevelse har skabt en identifikation på, hvorledes det har været for vikingerne før i tiden.

Efter besøget tænkte vi over, at udstillingen havde været god, men at der havde været nogle lidt uheldige ting, som vi også har nævnt i det ovenforstående. Alt i alt var vores indtryk efterfølgende af udstillingen, at den havde været fin og underholdende, og vi giver den derfor 4 point.

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

I udstillingen "Syv Vikinger" er der tale om op til flere rummelige kontekster. Det første er inforummet med normal belysning, og hvor man introduceres til hvad udstillingen går ud på. Man skal vælge en viking, man vil følge, og skal dernæst vælge en genstand som tilhører den valgte viking. Der er mulighed for at tage et supplerende hæfte, hvis man har lyst.

Det næste rum, man træder ind i, er meget mørkt og emmer af mystik. Der ligger de syv vikinger. Svagt belyst og uden nogen som helst tekst. Der var en summen og lidt mærkelig lyd, der understøttede denne mystik.

Det næste rum er det store rum, som består af flere mindre rum. Rummet er opdelt af små kroge og en hule. Der var udstillede rum, hvor man kunne kigge ind. Små og store skærme rundt omkring. Vi oplevede, at rummene formåede at være en god blanding af både æstetiske og læringsmæssige oplevelser. Vi fandt, at rummene både kunne underholde og samtidig skabe en ny viden hos den besøgende. Desuden medførte de så forskellige muligheder for brugerinddragelse, at de besøgende havde mulighed for at deltage aktivt og på den måde komme til at anvende rummene på en ny måde i forhold til andre udstillinger. Her tænkes bl.a. på muligheden med at kravle ind i en hule. Overordnet mener vi, at rummene er spændende og udfordrer ens nysgerrighed, så man hele tiden har lyst til at gå på opdagelse.

Den værdimæssige kontekst i denne udstilling er udmærket. Vi havde inden hørt om udstillingen gennem andre, der havde fundet den spændende og et besøg værd. Vi vurderede, at udstillingen levede op til dette. Der var nogle ting, som ifølge os kan blive bedre, men rigtig mange af delene i "Syv Vikinger" fungerede godt, og derfor finder vi, at den værdimæssige kontekst er høj i denne oplevelse.

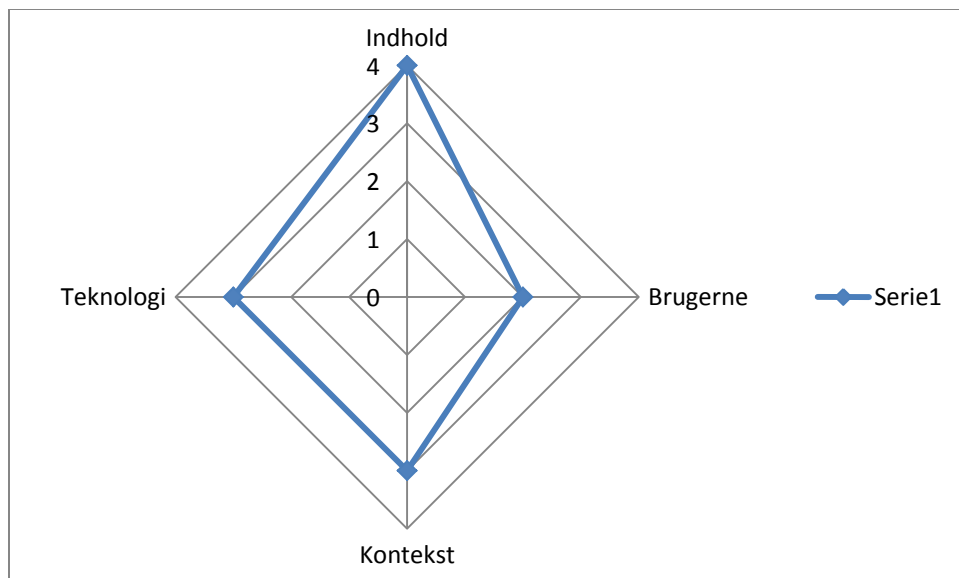
Efter vores overbevisning er der bestemt nogle unikke træk ved udstillingen "Syv Vikinger", som er interessant i forhold til den case-mæssige kontekst. Denne udstilling skiller sig ud fra traditionelle museumsudstillinger og de udvalgte cases, idet den spiller på mange forskellige ting undervejs. Man skal bruge mange af sine sanser på flere forskellige niveauer, og man skal bl.a. engagere sig i fortællingen, i form af at vælge en viking man vil følge. Og vi kunne blive ved med at fortælle. Moesgård Museum formår at koble analoge og digitale elementer på en måde, så de digitale elementer fungerer understøttende og supplerende på det formidlede stof, der gives i "Syv Vikinger". Dette understøttes af andre brugere, der har nomineret udstillingen til Publikums Museumspris 2012. Udstillingen "Laguthewas Togt", også på Moesgård Museum, minder en anelse om denne. Den har også inddragelse af nogle digitale elementer mm. Uddybning af denne i forhold til "Syv Vikinger" vil være at finde i analysen af Laguthewas Togt. Desuden minder VÆGGEN i København lidt om "Syv Vikinger". Den har ligesom de "Syv Vikinger" fokus på megen brugerinddragelse. Hvilket vi så i begge udstillinger fungerede meget godt i forhold til at skabe et engagement hos brugerne i den gældende oplevelse. Vi giver derfor denne kategori 5 point.

Teknologi i oplevelsen: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer

Det teknologiske værktøj i udstillingen Syv Vikinger er mange ting. Det gennemgående redskab hos brugeren er ikke en teknologisk genstand, men den gøres teknologisk i form af, at den skal kobles til små skærme rundt om i udstillingen. Foruden disse skærme, der aktiverer en lydsekvens via genstanden, alle brugere har med rundt, findes der i udstillingen skærme med videofilm, en virtuel sejltur og et hvilerum hvori der bliver fortalt historier om nogle af vikingerne.

For os var det en lille udfordring at finde frem til den valgte viking. Men ideen med den valgte genstand og de små skærme fungerede upåklageligt. Med det samme vi lagde vores genstand på den lille skærm, fremkom vores lille historie om den viking, vi nu engang havde valgt. Nogle af skærmene der viste forskellige film virkede og andre ikke. Den virtuelle sejltur virkede som den skulle og var en sjov måde at få fortalt historien om at de sejlede i sejlskibe til bl.a. Rusland i vikingetiden. Hvilerummet, hvor der blev fortalt historier om vikinger, virkede muligvis som det skulle. Der var ingen tekst på, hvem der blev fortalt om, hvilket var en skam, idet vi i hvert fald kom ind midt i historien, og derfor havde svært ved at finde ud af, hvem man hørte en fortælling om. Vi vurderer ikke, at der var nogle forståelsesproblemer i denne oplevelse og mener derfor at det kun småting, der trækker ned i denne kategori, så derfor ender vi med at give 4 point.

Alle disse point illustreres i et spindelvævsdiagram for at danne et overblik over testmetodens resultat af den givne case.



Beskrivelse af Laguthewas togt – Moesgård Museum

Laguthewas togt er en del af den samlede formidling af Moesgård Museums udstillinger. Den foregår i et separat oplevelsesrum, hvor der er fokus på fortællinger om livet i jernalderen, som omfatter et af de helt store slag fra den tid, og hvorledes våbenofringerne foregik ved Illerup Ådal.¹²² Laguthewas togt er et oplevelsesrum for børn og barnlige sjæle, hvor formidlingen foregår gennem musik, animation og film.

Fortællingerne i rummet kredser om et interaktivt bord, som er placeret i en jernalderskibsstævn. Det interaktive bord indeholder 18 fortællinger, som beretter om livet i jernalderen – det store slag og den efterfølgende ofring¹²³ - som formidles gennem flashanimationer og film. For at aktivere det interaktive bord og få fortællingerne frem skal brugerne placere to forskellige figurer på nogle bestemte placeringer, hvor de har mulighed for at vælge mellem forskellige historier.

Endvidere er der en hørespilsinstallation – Manden i Gyden - i rummet, hvortil der er forbundet et bord som en del af fortællingen. Der kan sidde to brugere ved bordet, hvor de kan sidde og lytte til historier om krigeren Laguthewa og hans mænd om deres slag mod østjyderne.

¹²² Hjemmeside 12

¹²³ Ibid

Endvidere er der mulighed for at klæde sig ud som mennesker fra jernalderen, og mærke tyngden af jernalderens sværd og skjolde. Her opfordres brugerne til at tage billeder med deres smartphones og dele dem med deres venner.¹²⁴

Analyse af Laguthewas togt – Moesgård Museum

Indhold: historiske fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

Indholdets historiske fakta i Laguthewas togt omhandler fortællingen om slaget og ofringen i Illerup Ådal i jernalderen. Læringen af denne fortælling skal så ske ved, at besøgende leger med det interaktive bord og hørespilsinstallationen. Læringen igennem det interaktive bord skal ske gennem, at brugerne aktivt beslutter, hvad de ønsker at få mere at vide om, ved at trykke på skærmen med de to træ figurer som står ved skærmen. Ved hørespilsinstallationen er det meningen, at de besøgende skal sætte sig ned overfor hinanden og kigge på den samme genstand, et bæltespænde, og så høre en fortælling om "Manden i gryden". Muligheden for læring god, men vi fandt hørespilsinstallationen for lang og uden kohærens i forhold til den anden fortælling med det interaktive bord.

Indholdet i fortællingen i Laguthewas togt handler som før nævnt om slaget/ofringen i Illerup Ådal. Selve fortællingen fejler ingenting og det er en god ide at fortælle børn og andre barnlige sjæle om jernalderen ved at gøre fortællingen levende og brugerinddragende.

Vi finder, at der i denne case er tale om fleksibelt indhold i og med at museet relativt nemt kan skabe fornyelse af casen. Moesgård Museum kan ændre indholdet i den interaktive skærm, som stadig kan indeholde forskellige informationer om jernalderen. Derforuden kan de ændre fortællingen i hørespilsinstallationen relativt nemt. På den måde kan de bibeholde resten af rummet, som det ser ud i dag og dermed skabe fornyelse af rummet, uden at ændre det hele.

¹²⁴ Hjemmeside 12

Vi ser dog ikke nogen mulighed for brugerne at generere indhold til udstillingen, idet brugerne ikke har mulighed for at ændre dele af indholdet men kun deltage aktivt i formidlingen af de udvalgte fortællinger.

Når man besøger Laguthewas togt er der ikke noget, som er meget uforudsigeligt – noget som umiddelbart overrasker. Vores opfattelse af rummet var, at vi savnede overraskelser – noget uforudsigeligt. Der kunne godt være fremkommet en overraskelse undervejs i fremvisningen af f.eks. slaget i Illerup Ådal. Vi mener dermed, at der er en del, som er forudsigeligt i denne oplevelse, idet brugeren relativt nemt kan regne ud, hvad der skal ske undervejs.

Alt i alt bliver det kun til 3 point i denne kategori.

Brugerne: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

Der er flere forskellige tiltag, hvor museet i Laguthewas togt har forsøgt at inddrage brugerne. Dette ses bl.a. ved den interaktive skærm, hvor der er mulighed for at høre fortællinger og se ”levende” billeder af: slaget, landsbyen og ofringen i Illerup Ådal. Brugere kan ved at flytte de to træfigurer rundt på skærmen, vælge om de ønsker at se/høre om enten slaget, landsbyen eller ofringen. Når de så har valgt en af disse, har de ydermere mulighed for at vælge små enkelte historier, der alle er med til at give brugerne en fornemmelse af livet i jernalderen. Desværre var der tale om en dårlig skærm, som ikke altid reagerede på vores tryk. Desuden var der ingen sensorer til at retningsbestemme, hvor brugerne skulle stå for at skærmen fulgte brugeren. Dette fandt vi som et handicap, idet der i kassen, der er formet som et skib, rundt om skærmen er begrænset med plads.

Derforuden var vores oplevelse, at historierne der blev fortalt både ved skærmen og ved hørespilsinstallationen for lange historier, hvilket betød at vi relativt hurtigt mistede opmærksomheden. Dette tænker vi især kan være en hæmsko, idet Laguthewas togt er designet som et oplevelsesrum for børn. Foruden disse to digitale elementer er der mulighed for at klæde sig ud som en jernalderdreng/pige og på den måde leve sig ind i livet i jernalderen. Her opfordrede museet, via et skilt i rummet,

brugerne til at sende billeder til sine venner og på den måde vise andre, at man var på Moesgård Museum og havde det sjovt.

I udstillingen var der mange ting, der påvirkede vores sanser. Der var meget for syns- og høresansen. I forhold til synssansen var der mange farver i rummet samt udklædningstøjet og de forskellige genstande. Desværre fik vi et dårligt indtryk af hørespilsinstallationen, da vi ikke forstod meningen med denne. Der var bl.a. dårlig lyd i den ene. Installationen lagde op til interaktion med hinanden, men vi forstod ikke, hvad meningen var med luppen og skuffen.

Desuden var der noget for både syns- og høresansen ved skærmen i båden. Vores indtryk af skærmen var dog, at der var et dårligt billede. Måske kunne dette skyldes, at der var for meget lys inde i rummet. Derfor var der dårlig reaktionstid og for meget af det samme indhold. Dette betød for os, at det hurtigt blev for ensformigt. Da rummet er designet for børn, tænker vi, at dette kan være en hæmsko, idet mange børn hurtigt mister tålmodigheden. Det gode ved skærmen var, at der var blevet anvendt professionelle fortællerstemmer til at berette om livet i Illerup Ådal i jernalderen. Dog forstod vi ikke sammenhængen mellem historierne på det interaktive bord og hørespilsinstallationen.

Vi vurderer, at museet formår at koble noget historisk korrekt med det at lege. Dette mener vi, er med til at få børn til at finde de historiske beretninger om slaget, ofringen eller landsbyen i vikingetiden nærværende og interessant. Samtidig skaber det visuelle og det auditive i form af skærmens muligheder, muligheden for at benytte flere af museumsgæsternes sanser under denne oplevelse. Dette er samtidig med til, at de hermed potentielt bedre kan erindre oplevelsen, idet flere af deres sanser har været aktiveret under oplevelsen.

Vi tror helt bestemt, at oplevelsesrummet Laguthewas togt kan være identitetsskabende for brugerne. Vi blev i hvert fald grebet af stemningen og klædte os ud og ”legede med” i fortællingen. Det med at man kan klæde sig ud som en jernalderdreng/pige, medfører en større indlevelsessevne og er dermed med til at skabe en større forståelse og indsigt i livet i jernalderen samtidig med, at man hører beretningerne om slaget, ofringen og landsbyen.

Vores indtryk af udstillingen efter besøget var, at der var tale om en udmærket udstilling dog med mulighed for forbedringer. Indimellem blev fortællingerne en kende for lange, og gjorde at vi mistede den fulde opmærksomhed til den fortalte fortælling. Det bliver derfor til 3 point.

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

Det allerførste indtryk vi fik af rummet var udenfor rummet, hvor der stod, at vi skulle tage vores sko af. Rummets førstehåndsindtryk var, at det virker meget brugervenligt, idet man har en mulighed for at klæde sig ud, hvis man finder dette interessant for sin museumsoplevelse. Det virker meget intuitivt at tage tøjet og "lege lidt" i første omgang og dernæst gå hen til vikingskibet, og se hvad det er skærmen inde i vikingskibet kan tilbyde. Vi ser dette som en god værdi for den brugerinddragne museumsoplevelse.

Derudover var der stærke farver i rummet og tunge gardiner, som gæsterne havde mulighed for at trække for og på den måde lukke af for andre, imens der blev leget/oplevet i rummet. Rummet var dog ikke særligt stort, så hvis der kom mange besøgende kunne de begrænsede fysiske rammer til at udfolde sig på potentielt skabe problemer. Generelt fandt vi, at den rummelige kontekst var fascinerende, og at Moesgård Museum havde formået at skabe et oplevelsesrum med en god blanding af æstetiske-, underholdnings-, aktivitets-, lærings- og ikke mindst nydelsesoplevelser.

I forhold til den værdimæssige kontekst finder vi, at der forinden dette besøg ikke var tillagt udstillingen nogen ideer, idet vi ikke kendte til denne inden. Vores oplevelse med "Laguthewas Togt" var udmærket og vi vurderer, at udstillingen formår at skabe en oplevelse, der giver en okay mindeværdig erindring.

Vores opfattelse af udstillingen var, at der var unikke træk, i det den kunne give os et indblik i jernalderlivet i Illerup Ådal igennem legede elementer. Udstillingen er ifølge Moesgård Museum et oplevelsesrum for børn. Dette synes vi helt bestemt, at den lever op til. Hvis vi kigger på oplevelsen i forhold til de andre cases, minder denne som før nævnt en anelse om "Syv Vikinger" udstillingen. Begge har fokus på at skabe en ekstra dimension hos brugerne i form af at inkorporere digitale elementer i brugeroplevelsen. Dette skaber i begge tilfælde potentielt brugerinddragelse, idet brugerne skal involvere

sig selv for at få det maksimale ud af udstillingen. Det samme ses i VÆGGEN. Denne oplevelse er kedelig, hvis ikke man som bruger involverer sig i oplevelsen og aktivt foretager sig noget i forhold til oplevelses udbud.

Denne kategori fungerer rigtig fint, og vi giver den derfor 5 point.

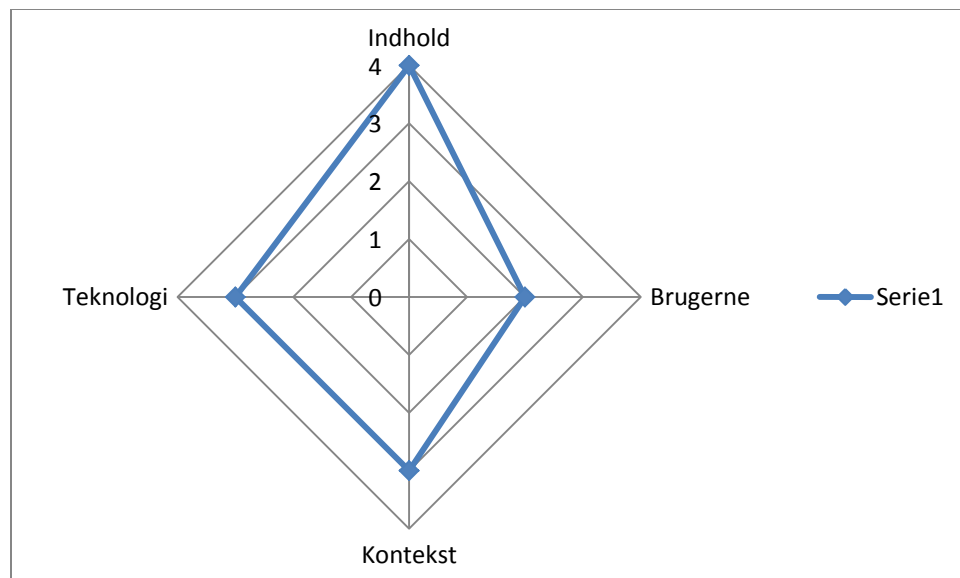
Teknologi i oplevelsen: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer

I dette oplevelsesrum var det hovedfortællingen, fortalt gennem historier kommunikeret på et interaktivt bord, som her er den teknologiske formidlingsplatform. Teknologien fungerede fint, når man flyttede træfigurerne. Dog var der tale om en meget lys skærm, der var svær at se fra nogle vinkler. Samtidig var skærmens indhold ikke sensor registreret, hvilket betød, at brugerne skulle stå på en bestemt side af skibet, for at de kunne se skærmens indhold korrekt. Dette kan potentielt skabe komplikationer og ses som en udfordring, såfremt der er mange brugere inde i rummet på samme tid, som alle ønsker at se på skærmen. Stemmerne der fortalte om slaget ved Illerup Ådal fungerede godt, dog blev de enkelte historier en anelse for lange og for ensformige. Forståelsen af det formidlede var i orden og blev formidlet på en anderledes måde, end man ser alle andre steder.

Derudover var der en udfordring med teknologien med "Manden i gryden", idet den ikke fungerede optimal, pga. dårlig lyd i det ene sæt høretelefoner. Brugere har desuden mulighed for, at tage billeder af sig selv og sine venner, iført jernaldertøj og skjold eller svær, og sende disse til bekendte. Denne teknologi afprøvede vi dog ikke, men tanken omkring det, finder vi underholdende.

Alt i alt bliver det til 3 point i denne kategori.

Alle disse point illustreres i et spindelvævsdiagram for at danne et overblik over testmetodens resultat af den givne case.



Beskrivelse af StreetMuseum - Museum of London

StreetMuseum er en gratis applikation som er lanceret af The Museum of London. Applikationen er både udviklet til iPhones, Android samt forskellige tablets. Applikationen formidler Londons historiske og kulturelle udvikling op gennem tiden. Applikationen er blevet udviklet med det kreative bureau *Brothers and Sisters*. Den benytter teknologierne *geo tagging* og *Google Maps* til at lede brugerne til forskellige steder i London, hvor man via f.eks. iPhone-skærmen kan se forskellige historiske billeder af byen, som de demonstreres på nedenstående billede:



125

Når man åbner applikationen, er det muligt at finde sin aktuelle placering, som markeres på et kort, som viser ens position, og som samtidig viser placeringen af de forskellige websteder, hvor du kan se historiske billeder af London. Så kan man selv udvælge de ting, man finder interessant og godt kunne tænke sig at undersøge nærmere.¹²⁶

Analyse af StreetMuseum - Museum of London

Indhold: historiske fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

¹²⁵ Hjemmeside 17

¹²⁶ Hjemmeside 87

Det historiske faktuelle indhold i applikationen omhandler London bys historie. Der er bl.a. beretninger om Big Ben, London Bridge mm. Til hvert sted er der et billede, som understøtter den lille tekst, som er tilkøbet. Intentionen med applikationen er, at den fungerer således: man står fysisk foran f.eks. Big Ben, kortet på ens smartphone i hånden fortæller en, hvor man præcist skal stå. Derefter kan man efter at have læst en kort tekst omkring Big Ben, via en 3D knap på sin skærm, når man holder sin smartphone op foran Big Ben, se et gammelt foto lagt oven på den nutidige udgave af Big Ben. På den måde får man en mulighed for at se, hvorledes det så ud dengang der var brand i parlamentsbygningen.

Vi kan derfor tale om, at der er et reel historisk fakta-indhold i applikationen, som givetvis kan være med til, at lære brugerne om de udvalgte historiske bygninger mm.. Vi vurderer derfor også, at der potentielt er mulighed for brugerne for at blive klogere, når de anvender applikationen. Dog fungerede 3D knappen absolut ikke optimalt, hvilket medførte at vi ikke fik det fulde udbytte af applikationens funktioner.

I forhold til indholdets fortælling vurderer vi, at der ikke reelt er tale om en overordnet fortælling, der kobler alle de mindre fortællinger sammen i applikationen. Den eneste sammenhæng mellem dem alle sammen er, at de alle omhandler London bys historie. Vi synes, at dette er en skam, idet en form for sammenhængende fortælling måske kunne hjælpe nogle brugere til at komme omkring i London by. Det er f.eks. en mulighed, at applikationen foreslår en rute, som man kan følge og dermed komme forbi 5 store attraktioner.

Museet Museum of London har mulighed for, at ændre indholdet i applikationen ligeså mange gange som de har lyst, og dermed vurderer vi, at der er tale om fleksibelt indhold. De kan beholde den nuværende skabelon af applikationen, og på den måde kan de genere nyt indhold uden at det koster alverden.

I forhold til om hvorvidt der er tale om brugergeneret indhold finder vi, at der ikke som sådan er mulighed for brugerne for at genere indhold til applikationen. De kan blot vælge hvilke ting i applikationen, som de ønsker at besøge.

Det uforudsigelige i denne oplevelse er først og fremmest, at man går rundt og leder efter nogle spots (steder hvor der er information i forbindelse med applikationen), som

man ikke helt ved hvad indeholder. Det kan derfor være en kende svært at finde frem til det eksakte sted, men dette er, i vores øjne, blot med til at gøre oplevelsen spændende. På den måde skal man engagere sig og deltage aktivt i oplevelsen, for at finde frem til de forskellige spots. Derforuden er et uforudsigeligt element, at man ikke ved hvordan 3D billederne ser ud. Det er spændende at se, hvad der kommer frem på skærmen, nu hvor man har læst om det.

Der er selvfølgelig også nogle forudsigelige elementer i form af, at man som bruger ved, at man skal finde nogle historiske bygninger mm. rundt om i London. Måske kender flere til nogle af stederne i forvejen. Det hele skal heller ikke være ukendt, for så bliver brugerne utrygge.

Alt i alt bliver det til 4 point.

Brugerne: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

Der er i applikationen mulighed for brugerinddragelse i form af, at deltagerne fysisk skal bevæge sig rundt i London by for at finde de forskellige spots. Derudover skal de trykke på skærmen for at finde frem til den helt eksakte placering og for at kunne se 3D billedet.

Under vores oplevelse med applikationen blev flere af vores sanser påvirket. Vi fik anvendt vores syns- og følesans. Vi kiggede på skærmen og skulle trykke os frem til de forskellige elementer i applikationen. Desuden anvendte vi meget vores høresans, idet oplevelsen foregik ude i Londons byliv, hvor der hele tiden var mange mennesker omkring en samt en masse aktiviteter i gang omkring en hele tiden. I byen var der forskellige dufte mm. Da vi bl.a. gik og ledte efter nogle spots i Hyde Park, anvendte vi vores syns- og duftesans til at fornemme de smukke blomster, der var i Parken. Da spotsene er placeret mange forskellige steder i London, finder vi at der i denne oplevelse gøres brug af mange af vores sanser.

Vi vurderer dog, at vi ikke som sådan var påvirket af oplevelsen og dermed ikke helt kan identificere os med oplevelsen. Dette skyldes muligvis, at vi blev ret skuffede over,

at applikationen ikke virkede, som vi forinden havde set på diverse You Tube videoer og læst om inde på Museum of Londons hjemmeside.

Vores indtryk efter besøget var præget af en del skuffelse. Vi havde fundet selve skabelonen med applikationen fin og en god måde at komme rundt på i London. Desværre virkede selve kortet, som skulle vise os de forskellige spots placering ikke altid. Vi oplevede op til flere gange, at der ikke kom et kort frem, men at baggrunden blot var grå. Desuden kunne vi ikke få AR-funktionen til at virke optimalt. Når der endelig kom et billede frem, var det et forkert billede, der var spejlvendt. Det var noget rod og rigtig ærgerligt.

Det bliver derfor kun til 2 point i bruger kategorien.

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

Den rumlige kontekst er kendetegnet ved at være et byrum. Der findes dog rigtig mange spots, og nogle af dem forefindes i meget trafikerede steder, andre i parker og andre kan findes på broer. Det kan derfor være svært at definere en overordnet ramme i forhold til den rummelige kontekst andet end, at der er tale om et byrum med rigtig megen aktivitet omkring en, lige meget hvor man befinder sig i London. De mange mennesker er dog ikke ødelæggende for ens oplevelse, idet vi synes, at de forskellige miljøer i denne applikation er en naturlig del af dens indhold.

I forhold til den værdimæssige kontekst havde vi inden vi besøgte denne case tillagt oplevelsen nogle værdier. Vi havde store forventninger til applikationen, idet vi inden havde set diverse You Tube videoer og læst om applikationen både gennem anmeldelser og museets egen hjemmeside. Vi blev dog en anelse skuffede over at 3D funktionen ikke fungerede optimalt. Dette skyldes, at det netop var 3D funktionen der gjorde case unik og dermed et besøg til London legitim.

Det betyder også, at såfremt applikationen havde fungeret 100 % efter intentionen, ville den værdimæssige kontekst klart stå bedre, men da 3D funktionen absolut ikke virkede efter hensigten vurderer vi, at der skal ske forbedringer i denne applikation.

I den case-mæssige kontekst bliver denne applikation, som før nævnt, sammenlignet med applikationen StreetMuseum i Aarhus. De handler begge om at få deres brugere rundt i byen for at se forskellige historiske bygninger mm.. Dette er for at give brugerne en fornemmelse af, hvorledes byens historie er. Begge er bygget op omkring, at man via GPS skal finde sin egen placering i forhold til de forskellige spots. Dernæst kan man se et billede på sin smartphone/tablet af den udvalgte bygning og læse en kort beskrivelse af denne. Der hvor de to applikationer adskiller sig fra hinanden er ved, at applikationen i London tilbyder at vise et virtuelt lag, visning af den historiske bygning, som er lagt over virkeligheden man står i. Dvs. gøre brug af AR og på den måde skabe en unik mulighed for brugerne for at opnå en reel fornemmelse af hvordan bygningen i gamle dag har set ud i bybilledet. Da denne 3D-funktion ikke levede op til forventningerne, finder vi at der reelt ikke var den store forskel på de to applikationer.

Vi ender med at give denne 3 point.

Teknologi i oplevelsen: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer

Teknologien fungerede ikke optimalt i denne oplevelse og der er derfor tale om en del udfordringer med teknologien i oplevelsen. Både kortet som vi skulle se på vores smartphone, virkede ikke optimalt, idet vi flere gange i stedet for et bykort, blot så en grå overflade med markeringer af de røde spots som var i applikationen. Da vi ikke altid kunne se kortet, gjorde dette det en kende svært at finde frem til de forskellige spots som vi ønskede at undersøge nærmere. Dette gjorde at vores forståelse for oplevelsen ikke var optimal.

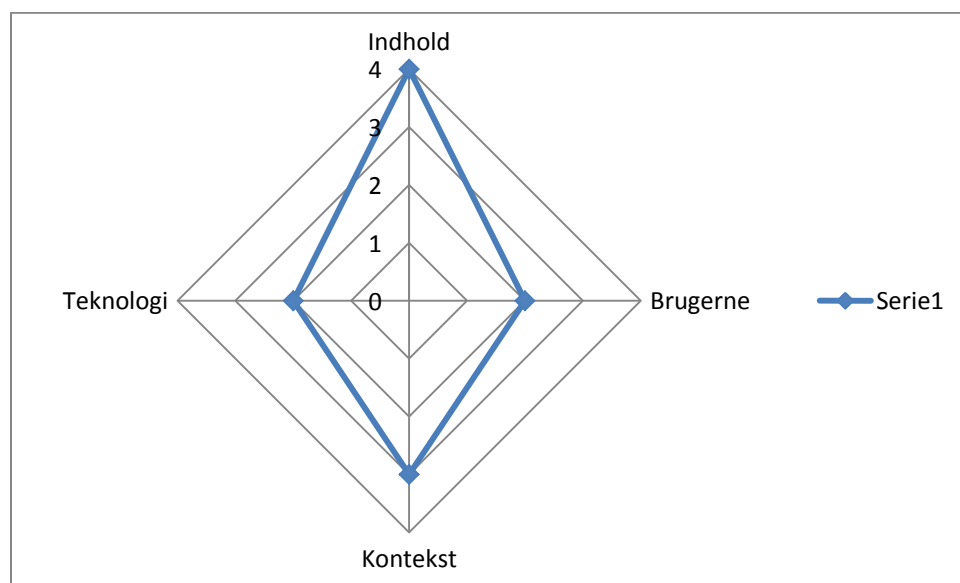
Desuden virkede 3D-knappen ikke efter intentionen. Hvis der overhovedet kom et billede frem på vores smartphone, når vi trykkede på 3D-knappen, var dette et forkeret billede, i forhold til den spots vi befandt os ved. Flere gange oplevede vi, at der overhovedet ikke kom et billede frem af, hvorledes bygningen vi stod overfor så ud i gamle dage.

Vi forsøgte at anvende applikationen både på en htc telefon og en iPad, idet vi tænkte at måske kunne disse reagere forskelligt. På iPaden blev applikationens kort over London aldrig vist korrekt, idet der blot var en grå baggrund i stedet for et kort. På htc'en fungerede kortet indimellem.

Selve teknologien med at følge kortet for at finde frem til de udvalgte spots fungerede. Det var dog svært at se, hvor vi helt præcist skulle stå, i forhold til hvor det enkelte spots billede og information havde sit fokus.

Vi ender med kun at give denne kategori 1 point, idet langt størstedelen af de tekniske dele i denne oplevelse overhovedet ikke fungerede optimalt.

Alle disse point illustreres i et spindelvævsdiagram for at danne et overblik over testmetodens resultat af den givne case.



Delkonklusion

Det andet underspørgsmål omhandler en undersøgelse af, hvorledes forskellige museer har udviklet oplevelser, der alle indeholder et digitalt element, og hvorledes disse fungerer helt konkret hos en given bruger.

For at kunne besvare dette spørgsmål har vi anvendt vores egen testmetode til selve analyserne af de udvalgte cases i specialet. Inden selve analyserne af de forskellige

cases redegøres der for, hvorledes vores egen testmetode anvendes og dermed hvordan vi kommer frem til resultaterne ved de udvalgte cases.

De endelige resultater af de forskellige cases viser, at der i alle givne tilfælde er tale om et solidt historisk indhold, formidlingen af dette har dog forskellige udgangspunkter. Nogle af museerne har valgt at formidle det historiske indhold via en applikation, som er gratis for deres brugere at downloade. Dette valg har både Den Gamle By og Museum of London valgt. Det historiske stof formidles ved at brugerne aktivt bevæger sig fysisk rundt i den givne kontekst, dvs. uden for museets fysiske rammer, for at finde frem til de forskellige historiske steder som er udvalgt i den givne applikation. Det teknologiske element medfører, at oplevelsen som både Den Gamle By og Museum of London udbyder gøres fleksibelt overfor den enkelte brugers interesse og lyst til at opleve den givne oplevelse på ethvert tidspunkt af døgnet 24 timer.

Andre museer har valgt at tilbyde deres oplevelse med inddragelse af forskellige digitale elementer som et supplement til deres andre udstillinger på det konkrete museum. Denne metode har Moesgård Museum valgt både i forhold til udstillingen "Syv Vikinger" og "Laguthewas Togt". Samtidig er oplevelsen indenfor museets fysiske rammer, hvilket betyder at der er nogle begrænsninger i forhold til den rummelige kontekst, kontra hvis omgivelserne f.eks. havde været London by.

Selve indholdet formidles som et historisk emne hvori indholdet i udstillingen "Syv Vikinger" personificeres af syv forskellige vikinger. Dette medfører potentielt, at brugerne bedre kan erindre det historiske indhold efterfølgende. Det historiske indhold i "Laguthewas Togt" formidles i "børnehøjde"/lettilgængelig måde. Med dette menes, at de formår at fortælle et historisk emne på børns præmisser.

I begge udstillinger gøres der brug af både digitale og analoge elementer på flere forskellige måder, hvilket er med til at skabe en dynamik undervejs i de to udstillinger.

Kvindemuseets valg med at tilbyde deres oplevelse via en lånt PDA skiller sig ud fra de andre cases. Denne mulighed betyder, at der ikke forudsættes noget fra brugerens side. Kvindemuseets oplevelse foregår udenfor museets fysiske rammer, hvori de, ligesom begge applikationer fra Den Gamle By og Museum of London, formår at

formidle et historisk faktuel indhold ved at anvende byens bygninger mm. til at koble de historiske fakta sammen med disse historiske bygninger.

Historieformidlingen sker i form af, at brugerne interagerer med audioguiden. Dermed fungerer PDA'en som et værktøj, der giver brugerne nogle nye muligheder, som ikke uden teknologi ville have været muligt.

I forhold til VÆGGEN formidles det historiske indhold på en interaktiv multitouch skærm. Denne oplevelse skiller sig dog en anelse ud fra de andre i form af, at meget af dens indhold er brugergenereret. Dette er med til at skabe en lidt mindre højtidelig stemning af det faktuelle indhold. Det er primært Københavns Museum, som står for det primære indhold i VÆGGEN. I og med at brugerne har mulighed for at generere indhold til oplevelsen, medfører det, at brugerne sættes i spil i forhold til indholdet, i og med at de kan bestemme, om deres billede eller tekst skal vises på skærmen.

Samtidig betyder VÆGGENS kontekst også noget for selve oplevelsen. Pga. VÆGGENS placering kommer brugerne tilfældigt forbi, hvilket medfører, at oplevelsens kontekst har stor betydning for denne oplevelses samlede vurdering. Den rummelige kontekst spiller en væsentlig rolle af flere årsager. Dette skyldes bl.a., at der er tale om en gratis oplevelse. Endvidere er langt størstedelen af brugerne mennesker der kommer tilfældigt forbi VÆGGEN. Derudover betyder den rummelige kontekst noget i forhold til, at det som formidles umiddelbart er det som er rundt om brugerne.

Helt overordnet vurderer vi, at de erfaringer vi kan drage af de eksisterende tilbud er, at formidlingen af det faglige indhold skal være i orden. Det er godt hvis dele af det faglige indhold personificeres, således at brugerne bedre kan forholde sig til indholdet. Det er vigtigt, at formidlingen skabes i en kohærens mellem brugerne, indholdet og omgivelserne samtidig med at selve oplevelsen er fleksibel. Brugernes rolle er vigtig, og deres aktiviteter og valg undervejs i oplevelsen skal have indflydelse på den endelige oplevelse. Derudover kan vi ud fra undersøgelserne se, at teknologi på mange måder kan virke understøttende for en god oplevelse. Teknologien kan understøtte oplevelsen og medføre, at der i formidlingen af det historiske indhold skabes en form for dynamik i oplevelsen. På den måde er der undervejs i oplevelsen forskellige oplevelsestilbud til brugerne, og de kan dermed til- og fravælge de oplevelse de finder interessante. Hvis

der yderligere kan inkorporeres dele i oplevelsen, hvor brugerne kan generere indhold til deres egen oplevelse, vil dette blot understøtte brugernes engagement i den givne oplevelse.

Begrebsafklaring

Der udføres en liste over fordele og ulemper for hvad vores oplevelsesprodukt skal indeholde og ikke skal indeholde, baseret på resultaterne fra vores case undersøgelser. Endvidere vurderer vi, at der er behov for at definere vores syn på hvad en oplevelse indebærer, hvor der inddrages forskellige tilgangsvinkler.

Derudover finder vi det væsentligt, at redegøre for hvad vi forstår ved begreberne indlevelse i oplevelsen, hvorledes teknologi kan indgå og være med til at påvirke oplevelser, storytelling, autenticitet og det gode rum. Disse redegørelser er med til at give læseren et indblik i de tanker vi har gjort os gennem hele processen i forhold til at kunne besvare problemformuleringen.

Det gode oplevelsesrum

Der er i dag et større fokus på at byer gerne må være *oplevelsesbyer*. Pointen med begrebet *oplevelsesbyer* er at tænke i nye muligheder og sammenhænge i *oplevelsesbyen*. Men kan der opstilles en definition på *oplevelsesrum*? Dette har John Hird & Peter Kvistgaard forsøgt at gøre i bogen *Oplevelsesrum. Turisme, kulturarv og oplevelser – et krydsfelt*, hvor de definerer *oplevelsesrum* som:

*”En fysisk og mental kontekst, der giver nogle bestemte rammer for det enkelte individs oplevelsesmuligheder, og som medvirker til at formidle destinationens værdisæt. Der er både permanente og ikke-permanente rum og naturlige og menneskeskabte rum og kommercielle og ikke-kommercielle rum.”*¹²⁷

I tilfældet med Oldtidsstien vurderes det, at der er tale om en kombination mellem det naturlige og menneskeskabte rum, idet der er tale om en tur i naturlige omgivelser, men hvor der er placeret nogle menneskeskabte rum såsom f.eks. jernalderhuset.

¹²⁷ Hird et al 2010:19

Der forefindes dog andre definitioner på oplevelsesrum. F.eks. har Hird & Kvistgaard et citat af Lena Mossberg, der i sin definition af et *oplevelsesrum* fokuserer på, at der er tale om en bruger, der skal købe en oplevelse.¹²⁸ Andre, som f.eks. O'Dell og Gulmann, har svært ved at komme med en klar definitiv definition på et oplevelsesrum. De kredser omkring det samme som Mossberg – i forhold til at det handler om et ”kontrolleret” oplevelsesrum.¹²⁹ Det hele kommer an på, hvilken vinkel man har på det. Hird & Kvistgaard definerer i modsætning til ovenstående mere oplevelsesrum som *åbne, svært kontrollerbare og stort set ukontrollerede områder*.¹³⁰ I tilfældet med Oldtidsstien ligger dette speciale sig op af Hird & Kvistgaards definition.

Intentionen med at anvende metoder omkring oplevelsesrum er, at Moesgård Museum dermed kan få opgraderet deres områdes udseende og på den måde potentielt kunne tiltrække flere besøgende til¹³¹ Dette understøttes også af en undersøgelse foretaget af Rambøll Management i 2005 fra bogen *Den danske oplevelsesøkonomi – afgrænsning, økonomisk betydning og vækstmuligheder* af Trine Bille & Mark Lorenzen, hvori de siger:

*”Kultur og oplevelser kan være med til at tiltrække turister og indbyggere.”*¹³²

Ifølge Lasse Andersson & Hans Kiib i artiklen *Byens nye hybride oplevelsesrum* handler det om at tænke i nye muligheder og sammenhænge ude i byen.¹³³ I forhold til Oldtidsstien kan det f.eks. være, at tænke i hvilke muligheder der er i forhold til at bevare hele den bagvedliggende tanke omkring Oldtidsstien, men samtidig formå at skabe lidt fornyelse. Dermed vil der ifølge Andersson & Kiib blive skabt *det hybride rum*, som netop handler om at iscenesætte byens rum til oplevelsesrum.¹³⁴

Forfatterne kommer også med en mere uddybende forklaring af deres forståelse af, hvilken størrelse *det hybride* er:

”I den teknologiske verden kender vi hybridnettet, der kobler analoge og digitale teknologier og informationsstrømme. Hybriden er helt enkelt resultatet af koblingen

¹²⁸ Hird et al 2010:49

¹²⁹ Ibid:50-51

¹³⁰ Ibid:57

¹³¹ Andersson et al 2006:47

¹³² Bille 2008:115

¹³³ Andersson et al 2006:48

¹³⁴ Ibid:48

*mellem flere dele, som normalt ikke bringes sammen, og som derfor skaber en ny, hidtil uset situation.*¹³⁵

Hvis det kan lykkes at skabe denne hybrid, kan det medføre nye koblinger og dermed også nye broer, som på den måde kan skabe helt nye former for oplevelser.¹³⁶

Andersson & Kiib beskriver i videre artiklen hvorledes:

*”Det gode ved fortællingen som et element i hybrid er, at den udover ideudvikling skaber en lokalt forankret ramme for innovation af økonomi, kompetencer og rum.”*¹³⁷

Hermed siger de også, at fortællingen der sker i det hybride rum er vigtig, idet det er med til at skabe den rette forståelse for sted og rum – i dette tilfælde Moesgård Museum og Oldtidsstien.¹³⁸

Det med at fortællingen af Danmarks kulturarv er vigtig og er med til at bidrage med indholdet til netop et oplevelsesrum, kommer Hird & Kvistgaard også ind på i deres bog.¹³⁹ De nævner bl.a., at der i udviklingen af et oplevelsesrum er tale om tre vigtige begreber: *turisme, kulturarv og oplevelser* der alle er nært knyttet til hinanden.¹⁴⁰ De siger ydermere:

*”Oplevelserne er midlet, som levendegør og formidler indholdet til markedet og knytter den vigtige følelsesmæssige forbindelse mellem gæst og oplevelsesrum.”*¹⁴¹

Det er intentionen med konceptet der udvikles til Oldtidsstien at kunne skabe rammen for en oplevelse, der formår at koble det omgivende oplevelsesrum med indholdet. Således får gæsten der besøger stien en oplevelse, hvori vedkommende får en fornemmelse af, hvorledes livet i oldtiden har set ud.

Ønsket generelt i specialet er at arbejde strategisk med kulturarv og oplevelser. Hermed arbejdes ud fra den tanke om, hvorledes man potentielt får mest mulig ud af denne kobling.¹⁴² I tilfældet med Oldtidsstien er der tale om flere oplevelsesrum, men

¹³⁵ Andersson et al 2006:48

¹³⁶ Ibid:49

¹³⁷ Ibid:50

¹³⁸ Ibid:50

¹³⁹ Hird et al 2010:11

¹⁴⁰ Ibid:11

¹⁴¹ Ibid:11

¹⁴² Ibid:15

de er næsten alle bundet sammen af den overordnede fortælling om oldtiden.¹⁴³ I forlængelse af dette stiller Hird og Kvistgaard nogle interessante spørgsmål som er relevante i forhold til Oldtidsstien:

"(...) hvordan harmonerer autenticitetsbegrebet med kulturarven, og hvordan passer kulturarven ind i turistmarkedet?"¹⁴⁴

Disse er gode at have in mente i udviklingen af konceptet i forhold til hele tiden at bevare det rette fokus på naturomgivelserne og den dertil knyttede historie. Samtidig citerer Hird & Kvistgaard Apex, i deres nyhedsbrev i 2009, omkring hvilket leveringsdygtigt indhold kulturarven har:

"(...) kulturarven har alle de kvaliteter, oplevelsesøkonomien efterspørger: autenticiteten, forankringen i historien, tilknytningen til stedet osv. Kvaliteter, der gør indholdet modstandsdygtigt overfor slid, og kvaliteter der er vanskelige at kopiere af andre og på andre steder."¹⁴⁵

Dette er et glimrende eksempel på, hvorfor det netop kan være en god ide at koble turen rundt på Oldtidsstien, som i dag udelukkende er analog, sammen med oplevelsesøkonomi. Det vigtige i denne kobling er, hvorledes man formidler kulturarv på Oldtidsstien, hvilket kan være svært, idet der skal tages højde for flere ting. Bl.a. kan det ikke tages for givet at alle kan læse de kulturelle landskaber som Hird & Kvistgaard citerer Kulturarvsstyrelsen for. Derfor skal der arbejdes på at gøre kulturarven mere læsbar.¹⁴⁶ En videre diskussion omkring hvorvidt man definerer og forstår kulturarven kunne være interessant men er fravalgt, da fokus i dette speciale omhandler, hvorledes man kan formidle kulturarven i et oplevelsesrum. Hermed er fokus på formidlingen og oplevelsesrummet.

I forlængelse af tanken omkring *oplevelsesrum*, skriver Martin Brandt Djupdræt i artiklen *Formidling ud af huset* om, hvorledes det betyder noget for oplevelsen, at den foregår "ude af huset". Dette kan være med til at give oplevelsen af et ekstra lag, i og med at formidlingen foregår ude ved den oprindelige placering, hvilket giver følelsen af

¹⁴³ Der er elementer på stien, der ikke hører til oldtiden, men stadig er en del af ruten.

¹⁴⁴ Hird et al 2010:19

¹⁴⁵ Ibid:34

¹⁴⁶ Ibid:35

at være et autentisk sted.¹⁴⁷ Selvom at nogle af husene på Oldtidsstien er rekonstruktioner, vil de stadig potentielt kunne medføre den samme følelse, da der netop er tale om rekonstruktioner af *de ægte* huse fra oldtiden. Ved at iscenesætte turen rundt på Oldtidsstien korrekt, vil de besøgende kunne fornemme ”stemningen” fra oldtiden i form af områdets ”rum og særlige omgivelser”, idet brugerne fysisk skal bevæge sig fra A til B.¹⁴⁸

Autenticitet – i naturen

Hvis man søger på ordet *autenticitet* på *Den store danske*¹⁴⁹ kommer ordet *ægthed* frem som det første. Når man er autentisk, er man det, man udgiver sig for at være.

Der er forskellige tilgange til ordet autenticitet. Bl.a. beskriver Ning Wang i artiklen *Rethinking Authenticity in Tourism Experience* fra 1999, at man kan tale om tre tilgange til begrebet. Der er den objektivistiske tilgang, hvor han siger, at hvis objektet er autentisk, er turistens oplevelse af objektet autentisk.¹⁵⁰ Den anden tilgang er den social konstruktivistiske. Med dette mener Wang, at alle personer tillægger deres personlige vurdering på ethvert objekt. Derfor mener han, at diskussionen om hvorvidt noget er autentisk er irrelevant, idet afgørelsen bestemmes ud fra øjnene der ser på det. Det som er vigtigt for turisten er ikke den objektive autenticitet, men den symbolske autenticitet der er social konstrueret. Den tredje tilgang kalder Wang den eksistentielle autenticitet. Denne tilgang handler om, at turisten tillægger det sted vedkommende besøger en personlig og følelsesmæssig værdi. Wang kalder det *søgen efter det autentiske selv*. Ofte vil turisten tillægge det besøgte sted en mere nostalgisk eller romantisk værdi, end det reelt har.¹⁵¹ Ydermere beskriver Wang den intra- og interpersonelle autenticitet, hvilket ikke vil blive uddybet i dette speciale, da dette ikke er relevant for specialets problemstilling.

¹⁴⁷ Djupdræt, 2009: 80

¹⁴⁸ Ibid

¹⁴⁹ Hjemmeside 11

¹⁵⁰ Wang, 1999:352

¹⁵¹ Ibid:360

Hvis man ser på hvilke beskrivelser Moesgård Museum tillægger Oldtidsstien, er det bl.a. *en tidsrejse ad Oldtidsstien*¹⁵² og *en vandretur med oplevelser*.¹⁵³ På deres hjemmeside skriver de om oldtidsstien:

*”Undervejs kommer man forbi Skovmøllen, rekonstruerede oldtidshuse og oldtidsmindesmærker som Kobberupkisten og Stignæsdyssen, der er flyttet til Moesgård, fordi de ikke har kunnet bevares i deres oprindelige omgivelser. Turen slutter ved den rekonstruerede stavkirke fra Hørning.”*¹⁵⁴

Som citatet nævner, byder den cirka fire kilometer lange vandretur på et møde med bl.a. gravmonumenter. Her er der mulighed for at se stenkister fra omkring 1900 f.Kr. og bl.a. stignæsdyssen, der er dateret til omkring 2700 f.Kr.. Disse genstande er *den ægte vare* og kan derfor kaldes autentiske. I følge Jennifer Trant, der har skrevet artiklen *Museums and authenticity in the networked world*, er det unikke ved autenticitet netop:

*“Authenticity has its roots in trust.”*¹⁵⁵

Når en genstand er autentisk, er der en sandhed over den, som man ellers ikke ser mange steder. Når man går turen rundt på Oldtidsstien, ser man netop disse autentiske genstande, som fortæller en sandhed omkring fortiden, som vi alle er en del af. Der er ikke manipuleret med noget - det er *den ægte vare*, som dermed fortæller en historie om vores forfædre og deres liv.

I og med at der på vandreturen er forskellige monumenter mm., er der potentiale for, at gæsterne på et tidspunkt, på deres tur rundt på Oldtidsstien, opnår en autentisk følelse ved mødet med disse. Dette fænomen berører bl.a. Joseph Pine & James Gilmore i bogen *Authenticity: What consumers really want*. De skriver, at det er godt hvis oplevelsen, her vandreturen, får gæsterne til at opleve *det ægte* fra fortiden.¹⁵⁶ I dette tilfælde er det garanteret, at gæsterne møder *det ægte*, og dermed er der i følge Pine & Gilmore tale om *kulturel turisme*.¹⁵⁷ Den autentiske stemning undervejs skabes

¹⁵² Folder 1

¹⁵³ Hjemmeside 10

¹⁵⁴ Ibid

¹⁵⁵ Trant 2010:311

¹⁵⁶ Pine et al 2007:45

¹⁵⁷ Ibid:45

bl.a. ved de forskellige kister rundt i landskabet, idet de er beviset på fortidernes liv og historier.

Pine & Gilmore skriver videre, at det er godt at fokusere på *det ægte*, idet gæsterne er trætte af *det falske*.¹⁵⁸ I det der her er tale om rekonstruktioner af historiske levn, vil genstandene på ruten fremstå *ægte* overfor gæsterne og potentielt give dem en forståelse for livet før i tiden. Dette vil forhåbentligt påvirke gæsternes følelser og engagere dem undervejs på deres tur gennem Oldtidsstien.¹⁵⁹

Storytelling ude i naturen

Ude i naturen - her skoven, stranden og åbne marker, rundt om Moesgård Museum - er der forskellige historiske huse, stenkister mm. der alle er en del af fortællingen om danskere der levede i oldtiden. Moesgård Museum har forsøgt at fortælle nogle af genstandenes historie ved at lave Oldtidsstien. Denne består af otte monumenter, samt oplevelser undervejs som gæsterne kommer forbi i løbet af den cirka fire kilometer lange vandretur. Der er ikke anden sammenhæng mellem disse historiske levn andet end, at de alle er med til at give de gående et indblik i livet i oldtiden i form af at vise folk deres beboelseshuse, kirker, kister mm.. Der er et ubenyttet potentiale ved Oldtidsstien i form af at koble disse enheder sammen således, at gæsterne opnår en ekstra fortælling, der giver en mere samlet oplevelse af at gå turen rundt på Oldtidsstien.

Dette uudnyttede potentiale kan udnyttes ved at anvende storytelling som det bindende led mellem de forskellige "seværdigheder". Hermed vil storytelling fungere som redskab til at få dannet en overordnet historie omhandlende historien bag Oldtidsstien. Denne storytelling kan bl.a. opbygges ud fra Klaus Fog, Christian Budtz og Baris Yakaboylus teori fra værket "*Storytelling - branding i praksis*" fra 2002. De skriver at en god historie altid har virket på "publikum", og at det er vigtigt at man

¹⁵⁸ Pine et al 2007:7

¹⁵⁹ Ibid:8

sørger for, at historien indeholder nogle vigtige elementer. Uddybning af disse elementer forefindes længere nede i dette afsnit. Fog, Budtz og Yakaboylus mener derfor ikke, at det er en tilfældighed, at begrebet storytelling er blevet populært, idet det er en metode der altid har fungeret. De siger f.eks.:

*”Derfor er det ikke tilfældigt, at en urgammel tradition som storytelling dukker op i en ny forklædning – som et værktøj til brand building.”*¹⁶⁰

Det gode ved storytelling er at vi alle kan forstå en histories opbygning. Ofte er der forskellige trin i en fortælling, der gør at historien undervejs potentielt kan påvirke gæsternes følelser og engagement. Håbet med en god fortælling er, at gæsterne på den måde bedre kan forholde sig til informationerne, de opnår undervejs på Oldtidsstien. På den måde er der også større sandsynlighed for at de kan relatere til stoffet.¹⁶¹

Derudover er storytelling et udemærket redskab til at få fortiden gjort *levende* igen, idet en god storytelling handler om en kombination af fakta og følelser. Denne kombination kunne være ideel at benytte ude på Oldtidsstien. Her skulle hovedfokus selvfølgelig være på faktuelle beretninger, men måske kunne rammen omkring disse have fiktionsagtig karakter. Kombinationen medfører ydermere, at man nemmere fastholder gæsternes interesse.¹⁶²

Det ideelle ved Oldtidsstien kunne være at kreere en oplevelse, hvor der både skabes værdi idet den foregår ude i den smukke natur, omhandler historiske interessante beretninger samt at den kan tilbyde gæsterne en anderledes form for formidling end forventet. Hvis dette lykkes, har man potentielt skabt en oplevelse, hvori museumsgæsten har mulighed for at opleve en merværdi. På den måde mener Fog mfl., at gæsten potentielt har fået noget ud af netop dette besøg frem for at have besøgt et andet museum.¹⁶³

Helt basalt beskriver Fog mfl., at kernen i storytelling består af fire elementer: budskabet, konflikten, rollefordelingen og handlingen.¹⁶⁴ I en god historie er alle fire elementer vigtige. Pointen med budskabet er, at brugerne skal forstå budskabet når de

¹⁶⁰ Fog et al 2002:19

¹⁶¹ Ibid:21

¹⁶² Ibid:22

¹⁶³ Ibid:22

¹⁶⁴ Illustration findes p. 31 i ”Storytelling branding i praksis”

gennemlever oplevelsen¹⁶⁵, hvilket derfor skal fremgå tydeligt af oplevelsen. Det andet element er konflikten, hvor der skal være et twist i oplevelsen – noget som skal løses gerne af brugerne. Dette kunne bl.a. være ved at løse små opgaver undervejs gennem ruten.¹⁶⁶ Det tredje element er rollefordelingen. Dette element indebærer både en helt og en skurk.¹⁶⁷ Det er tilmed godt hvis brugerne kan tildeles en rolle. Dette giver en følelse af inklusion og medskabelse af deres egen oplevelse, hvilket en del brugere finder interessant.¹⁶⁸ Det fjerde og sidste element handlingen i historiefortællingen. En handling skal indeholde en start, en midte og en slutning.¹⁶⁹

Derudover skriver Lena Mossberg og Erik Nissen Johansen i bogen *Storytelling. Markedsføring i oplevelsesindustrien* om deres syn på, hvorfor storytelling fungerer:

”Historier har til alle tider fascineret mennesket(...) Historiene berører oss følelsesmessig, de stimulerer tankene, de formidler kunnskap, og de er underholdende(...) Den kan brukes til å utveksle kunnskap fordi den tilfredsstiller flere behov parallelt: å være underholdende, å tilegne seg lærdom og erfaring i form av innspill fra andre og å styrke selvfølelsen gjennom samhörighet.”¹⁷⁰

En god historie fungerer, fordi historier altid fascinerer mennesker. Vi bliver draget af den gode historie. Dette ser vi også omkring hele fascinationen omkring f.eks. Harry Potter og hans univers. Samtidig påvirker en god historie i en oplevelse også den besøgende, efter endt besøg, således vedkommende bedre kan erindre oplevelsen, hvis oplevelsen muligvis har været underholdende.

Derfor kan det være et godt formidlingsværktøj at inddrage storytelling i udarbejdelsen af et oplevelsesprodukt til Oldtidsstien.

¹⁶⁵ Fog et al 2002:32

¹⁶⁶ Ibid:33

¹⁶⁷ Ibid:37-39

¹⁶⁸ Ibid:40

¹⁶⁹ Ibid:42

¹⁷⁰ Mossberg 2008:11

Delkonklusion

Vi vil i specialet løbende komme med opsummeringer af det vi er kommet frem til sat i forhold til vores hovedspørgsmål i problemformuleringen.

Indtil videre kan vi konkludere, at for at gøre en tur på Oldtidsstien mere oplevelsesorienteret, er der flere elementer der skal tages højde for. I konceptet er det væsentligt, at brugerne oplever en større sammenhæng i de enkelte dele i oplevelsen. Dette kan potentielt opnås ved at skabe en ekstra fortælling, som bliver bindeled mellem monumenterne, som også engagerer brugerne mere i oplevelsen. Når brugerne er engagerede i oplevelsen, dannes der også et større grundlag for, at brugerne bedre forstår det indhold der formidles, og dermed bliver kulturarven bliver læsbar. Samtidig kan en fortælling også være med til at gøre historien om fortiden levende igen. Oplevelsen bliver således midlet til, at formidlingen kobler sig til brugernes følelser, og derigennem skaber værdi hos dem.

Fortællingen er med til at danne en ramme for oplevelsen, hvilket kan være med til at skabe en forståelse hos brugerne for rummet, de befinder sig i. Det gode oplevelsesrum skabes ved at danne det hybride rum. Med dette menes, hvorledes der i oplevelsesrummet bliver sammensat dele som ikke normalt sættes sammen. Dette skaber nye situationer, som ydermere kan medføre nye former for oplevelser. Disse nye former for oplevelser kan tiltrække flere brugere/turister til stedet - Oldtidsstien.

Endvidere er det væsentligt, at afsenderen har en vis troværdighed hos brugerne. Denne troværdighed skabes i vores tilfælde bl.a. igennem, at de monumenter der er at finde på stien, idet disse er en blanding mellem oprindelige fund der er flyttet fra deres findested samt rekonstruktioner af oprindelige fund. Dermed udgiver museet sig heller ikke for at være, noget det ikke er.

Alt afhængigt hvilken optik man vurderer begrebet autenticitet ud fra, vurderes det om en given oplevelse er autentisk. Hvis det bedømmes ud fra den objektivistiske autenticitet, er alle oplevelser autentiske, så længe det der formidles er autentisk.

Dog er vi af den opfattelse, at det ikke er muligt at sikre, at alle brugerne får en autentisk oplevelse, da det er en individuel afgørelse fra brugernes side, hvorvidt en oplevelse er autentisk eller ej. Dette afgør brugerne ud fra følelses- og værdimæssige

grundlag. Dog forsøger vi, i konceptet, at være så tro mod omgivelserne som muligt, således at anvendelsen af teknologi i formidlingen ikke overskygger det historiske indhold, men kommer til at fungere understøttende og dermed er med til at fremhæve indholdet.

For at have fokus på naturen og monumenterne er det intentionen med konceptet, at det der formidles, er ting som relaterer sig til og inddrager naturen og monumenterne, således at formidlingen har disse elementer i fokus. Samtidig kan en formidling der foregår ude af huset også medføre, at brugerne får den rette stemning, i form af at de står foran den autentiske genstand, som der bliver formidlet om. Følelsen hos brugerne ville ikke have været den samme, hvis de havde stået foran en planche og havde fået præsenteret den samme information.

Oplevelsesafsnittene

I følgende afsnit vil oplevelsesbegrebet blive præsenteret på forskellige niveauer, hvor begrebet bliver anskuet og diskuteret ud fra forskellige indgangsvinkler. Det første afsnit hedder *Analyse af oplevelsesbegrebet* og tager udgangspunkt i en analyse af de respektive cases sat i forhold til oplevelsesbegrebet. Herefter kommer afsnittet *Indlevelse i oplevelsen* som beskriver, hvorledes man som oplevelsesdesigner skaber rammerne for, at brugerne opnår indlevelse i oplevelsen man designer. Ydermere bliver oplevelsesbegrebet diskuteret i forhold til, hvorledes teknologi kan understøtte formidlingen af oplevelser, samt hvilke udfordringer der er forbundet med dette. Dette kommer til udtryk i afsnittene *IKT og oplevelser* samt *Teknologi og oplevelser*.

Analyse af oplevelsesbegrebet

En fællesnævner for de forskellige cases vi har undersøgt er, at de alle har haft et grundlæggende kommunikativt indhold, de gerne ville formidle videre til brugerne. Det varierer i hvor sociale oplevelserne er. Her fremhæves VÆGGEN igen, da der er bygget forskellige sociale elementer ind i denne, idet man kan interagere med andre gennem f.eks. postkort, som man kan sende via VÆGGEN.

”Laguthewas togt” har også mange sociale elementer indlejret i oplevelsen. F.eks. kan man klæde sig ud og tage billeder og høre historierne på det interaktive bord sammen mm.. Kenneth Hansen pointerer endvidere at, for at en oplevelse bliver meningsfuld i sociale sammenhænge, skal brugernes sanser integreres i en oplevelse.

”Men med mindre man giver folk mulighed for at skabe mening ved at integrere deres sanseindtryk løbende i en social proces, er det hele ligegyldigt.”¹⁷¹

En anden ting vi skal være opmærksomme på ved at inddrage teknologi i oplevelseskonceptet til Oldtidsstien er, at teknologien potentielt kan fjerne nogle af

¹⁷¹ Hansen 2011:39

sanseindtrykkene som en udelukkende analog oplevelse normalt ville indeholde. Dermed ikke sagt at det modsatte ikke kan være tilfældet. Inddragelse af teknologi i en oplevelse kan også have en understøttende funktion og være med til at skabe mening og give oplevelsen et ekstra lag. Kenneth Hansen adresserer problematikken med at anvende teknologi i en oplevelse, da han i sin anskuelse af den meningsfulde oplevelse i forhold til emotioner og følelser skriver:

”Såkaldte kompleksitetsreducerede teknologier som fx internettet eller de mange mobile teknologier, som nu er under udvikling, løser kun problemet sporadisk. Og ofte skaber de bare flere problemer ved at sætte en række menneskelige sanser ud af spillet.”¹⁷²

Jantzen taler om den gode oplevelse, som han mener indeholder en før, under- og efteroplevelse. Denne antagelse mener vi også er en del af den gode brugeroplevelse, dog er vi opmærksomme på at det ikke er alle brugerne af Oldtidsstien der kommer til at benytte før- og efter oplevelsen. Vi arbejder med to brugergrupper som målgrupper – den primære og den sekundære. Hvor de primære brugere af vores produkt, med største sandsynlighed, er dem der først kommer ind på Moesgård Museum, hvor det først er her de bliver opmærksomme på Oldtidsstiens eksistens og derefter vælger at gå en tur på Oldtidsstien. Det kunne også være tilfældet, at de har været inde på hjemmesiden først for at undersøge hvilke oplevelsesmuligheder der eksisterer, og på den baggrund har valgt at besøge stien. Den sekundære brugergruppe er dem der går direkte ud på Oldtidsstien, måske blot med den hensigt at opleve naturen mm., idet mange brugere alene går turen uden at komme ind forbi Moesgård Museum.

Indlevelse i oplevelsen

I forbindelse med udarbejdelsen af konceptet til Oldtidsstien bestræbes der på, at skabe en overordnet autentisk atmosfære og stemning af hvordan det har været at leve i oldtiden. Da vi selv besøgte Oldtidsstien første gang, samt da vi sendte en gruppe af potentielle brugere ud på Oldtidsstien som den er i sin nuværende form, kunne mange

¹⁷² Hansen 2011:38

af brugerne ikke se en større sammenhæng mellem de forskellige elementer – husene, gravstederne etc. Dermed er håbet, at det oplevelsesdesign der bliver lagt ned over Oldtidsstien, potentielt kan skabe rammerne for, at, der for brugerne, bliver en større kohærens og forståelse for hele den historiske udvikling fra oldtiden og op efter.

”Det fænomen, at oplevelsen opstår ud af en verden, vi accepterer, men på den anden side også ved at den er konstrueret, beskrives ofte med betegnelser såsom ”suspension of disbelief” eller ”creation of belief”. At lade sig opsluge af disse verdener eller oplevelsespotentialer, betegnes også som identifikation, indlevelse eller immersion alt efter kontekst.”¹⁷³

Identifikation, indlevelse og immersion er alle tre begreber som ønskes at inkorporere på forskellige niveauer i det endelige koncept til Oldtidsstien, hvilket Ole Ertløv Hansen samler i et overbegreb som han refererer til som *engagement*.¹⁷⁴ Identifikation og indlevelse er i følge Hansen typisk indlejret i en oplevelse i den forstand, at det både omfatter den opslugthed et oplevelsespotentiale kan have samt den tilstedeværelsesdimension *”(...)der er forbundet med at kunne interagerer med oplevelsespotentiallet, og som knytter an til begrebet immersion.”*¹⁷⁵

I forhold til det endelige koncept vil det være fordelagtigt, at det formidler og fremhæver den faglige kontekst der er i forbindelse med Oldtidsstien og de artefakter der er på ruten. Der skal således være en kohærens gennem hele ruten mellem de forskellige artefakter, som samtidig gør den faglige kontekst tilgængelig for brugerne. Som situationen ser ud pt, baseret på resultaterne opnået gennem forundersøgelserne ude på *location*, går meget af formidlingen af dette tabt idet sammenhængen mellem de forskellige artefakter ikke står klar for brugerne.

”Identifikation i relation til oplevelsespotentialer er således at foretage en identifikation af sig selv, dvs. som tilskuer eller aktør, og foretage en identifikation af situationens hvem, hvad og hvordan.”¹⁷⁶

For at få brugerne til at engagere sig i oplevelseskonceptet, er det væsentligt at oplevelsen er noget som brugerne kan identificere med denne. Vores undersøgelse af

¹⁷³ Hansen 2007:170

¹⁷⁴ Ibid:167-170

¹⁷⁵ Ibid:170

¹⁷⁶ Ibid:172

Moesgård Museums udstillinger ”Syv Vikinger” samt ”Laguthewas togt” indeholder begge elementer, som fik os som brugere til at identificere os med situationen. I ”Laguthewas togt” var der flere ting der gjorde sig gældende. Her var der både udklædningstøj samt rekvisitter i form af autentiske sværd og skjold som relaterede til den historie der blev formidlet i rummet. Samtidig var der det interaktive bord hvor der blev formidlet forskellige historier, indtalt af skuespillere, hvilket bevirkede at fortællingen i vores optik blev mere levendegjort. ”Syv Vikinger” havde også mange elementer inkorporeret i udstillingen som gjorde, at vi kunne identificere os med den.

Eksempelvis var det også professionelle skuespillere der havde indtalt stemmerne til vikingerne, indretningen af rummet, hvor der var kommet mange ting ind fra vikingetiden, artefakterne i rummet etc.. Dette gav en autentisk stemning, hvilket samtidig lagde op til et større engagement i forhold til udstillingens indhold. Der var dog også nogle ting i begge udstillinger som gjorde, at vi til tider mistede engagementet i dele af oplevelsen. Dette var bl.a. på grund af at der nogle steder var for mange informationer, lyden var et forstyrrende element på trods af at de havde lydmårettede højtalere, da lyden fra de forskellige vikingers fortællinger forstyrrede hinanden. Samtidig var nogle af fortællingerne for langtrukne, hvilket bevirkede at vi til tider mistede indlevelsen i den ellers interessante udstilling.

”På den anden side har indlevelsesebegrebet peget på subjektets evne til at sætte sig ind i det forestillede, ikke i form af en ”jegfortællelse”, men nærmere i form af en skabelse af sit eget jeg indenfor de rammer, som det fremstillede skabte.”¹⁷⁷

Ved at sætte nogle rammer op for en holistiskorienteret oplevelse på Oldtidsstien er håbet således, at brugerne skulle kunne skabe egne oplevelser inden for de opstillede rammer. I og med at mennesker oplever verden og dermed også oplevelser subjektivt, vil der ikke være nogle brugere som får en identisk oplevelse.

¹⁷⁷ Hansen 2007:170

IKT og oplevelser

Informations og kommunikationsteknologier er historisk set, som udgangspunkt, blevet anvendt til at optimere produktion, effektivisere arbejdsprocesser mm.. Men i takt med oplevelsessamfundets fremtog tegner der sig et nyt billede af dets anvendelse. Nu anvendes IKT *”i stigende grad som et middel til at forbruge tid”*.¹⁷⁸

*”Det interessante ved teknologiudviklingen i et oplevelsessamfund er, at teknologier kan flytte oplevelser. Teknologierne kan forbinde oplevelser til bestemte steder og bringe oplevelser til brugeren. Teknologi åbner for tilgangen til nye oplevelser, opgraderer og kvalificerer oplevelser og udvider individets oplevelsesrum.”*¹⁷⁹

Teknologiunderstøttede oplevelsesdesign gør sig gældende i de cases der er undersøgt i forbindelse med specialet. Her er det netop anvendelsen af teknologier i forskellige variationer som muliggør, at oplevelserne bliver udbudt på de fysiske steder hvor brugerne er til stede. Her er VÆGGEN et godt eksempel, idet museumsformidlingen bliver flyttet uden for museets fysiske rammer, og placeret på Rådhuspladsen, hvor mange potentielle brugere kommer forbi. På den måde når Københavns Museum ud til en meget større målgruppe, som kan øge interessen hos brugerne, hvilket også resulterer i flere besøgende på museet.¹⁸⁰ Endvidere er VÆGGEN et eksempel på oplevelsesdesign som er meget brugerinvolverende, idet VÆGGENs indhold i høj grad er brugergenereret. Dette manifesterer sig i, at brugerne har mulighed for selv at oploade indhold, sende postkort til andre mm. - således bliver brugerne en aktiv del af formidlingen.

Endvidere kan anvendelsen af digitale teknologier i oplevelsestilbud desuden potentielt skabe muligheden for interaktivitet brugerne imellem samt mellem brugerne og oplevelsestilbuddet. Interaktivitet mellem brugerne kan både være eksisterende eller ikke eksisterende i et oplevelsestilbud, hvilket bl.a. ses gennem Kvindemuseets rundtur i Aarhus. Her kan man enten gå flere sammen med hver sin PDA, hvor man

¹⁷⁸ Akadamiet for de Tekniskes Videnskabers Tænketank 2006:20

¹⁷⁹ Ibid:20

¹⁸⁰ Hjemmeside 14

lytter til hver sin historie, hvor dette potentielt kan have en isolerende effekt på brugeroplevelsen under selve besøget, men brugerne kan tale om oplevelsen bagefter. Alternativt kan brugerne gå rundt med en PDA og opleve historien blive fortalt sammen, dog er teknologien her en udfordring idet lyden ikke var så god.

Aarhus StreetMuseum applikationen lægger mere op til social interaktion, hvis man går flere samlet idet man ikke er afhængig af lyd. Hermed sagt kommer det an på hvilke sanser der er i spil i de forskellige oplevelsestilbud.

Lyden er f.eks. en stor faktor i Moesgård Museums udstilling om de syv vikinger, idet lyden bliver et forstyrrende element, da lyden går ind over hinanden. Dette bevirkede vores oplevelse af udstillingen negativt, da vores oplevelse blev forstyrret i og med at vi havde svært ved at koncentrere os om hver enkel historie de enkelte vikinger fortalte.

Brugervenlighed var med andre ord meget blandet i de forskellige oplevelser. Applikationen i London var brugervenlig i forhold til at den indeholdt et kort over London, så de udvalgte steder var relativt nemme at finde, desværre var det svært at finde den helt præcise position man skulle stå på i forhold til at se billederne af de forskellige ting, samt at 3D knappen ikke virkede. Samtidig havde applikationen i Aarhus også et kort over byen hvor der var angivet positioner for hvor man skulle gå hen. Her var vi dog skuffede over, at det eneste der var i applikationen var et billede af det historiske sted vi stod ved plus en forklaring på dette. Dette kunne man i princippet også have gjort derhjemme. VÆGGEN havde mange gode tiltag som gjorde den personlig qua de personlige postkort man kunne sende, brugerne kunne kommentere alle billederne, uploade materiale osv. Desværre kunne man godt blive forvirret, idet der var mange informationer og muligheder for at gå frem og tilbage i historien via en tidslinje mm. Nogle af de brugere vi snakkede med derovre synes også at den kunne blive forvirrende, idet den næsten havde for meget indhold som for nogen forringede oplevelsen, således at de hurtigt gav op.

Teknologi og oplevelser

De cases vi har været ude og undersøge i nærværende specialet har formidlet oplevelser baseret på forskellige digitale teknologier. AR er en af de teknologier der anvendes i flere af de cases der er undersøgt. AR er den centrale del i formidlingen i applikationen *StreetMuseum* som tager udgangspunkt i Londons historie.

Baseret på de erfaringer gjort i forbindelse med afprøvningen af applikationen *StreetMuseum* i London nåede vi frem til, at teknologi som AR ikke altid fungerer optimalt i oplevelsessammenhænge. Da applikationen blev afprøvet, opstod der mange problemer med at få applikationen til at fungere optimalt.

I selve applikationen er der et kort over London som, via røde punkter på kortet, indikerer de steder, hvor der er billeder af det gamle London. Når man når frem til et punkt på kortet skal man kunne aktivere en 3D knap¹⁸¹. 3D knappen fungerede ikke, hvilket bevirkede brugeroplevelsen negativt, da engagementet fra os som brugere ret hurtigt faldt. Dette skyldes irritationen af den mangelfulde oplevelse, som fik os til at give op efter vi havde prøvet adskillige gange med forskellige destinationer rundt omkring i London. Dette kunne medføre at brugere under normale omstændigheder ville have givet op lang tid før vi gjorde. Vi gav det en ekstra chance, idet vi netop var kommet til London med det formål at teste applikationen.

Hvis AR i form af en applikation skulle indgå i designet af oplevelsen for Oldtidsstien, ville dette være en risikofaktor som skulle overvejes.

Endvidere er en af udfordringerne i oplevelsesdesignet til Oldtidsstien, at internetforbindelsen ude på stedet kan være en anelse ustabil, dog er det sandsynligt at internetforbindelsen forbedres i forbindelse med ombyggelsen af Moesgård Museum.

Brugen af AR i oplevelsesdesignet i forbindelse med Oldtidsstien kan således, bidrage med en udvidelse og berigelse af brugeroplevelsen i forhold til at anvende AR som et middel til at integrere det digitale med det fysiske oplevelsesrum. Det er dog stadig

¹⁸¹ Dette er den funktion i applikationen som muliggør at se det ekstra lag i form af billeder af det gamle London lagt oven på det nuværende London som det ser ud i dag

vigtigt at bibeholde det fysiske rum som den primære oplevelse, hvor AR kan fungere som understøttende for oplevelsen i sin helhed.

StreetMuseum applikationen i London er et eksempel på, hvorledes AR teknologi kan anvendes i en oplevelse. Hvis applikationen havde fungeret, som det var formentlig tiltænkt fra museets side, kunne oplevelsen have været positiv. AR kan således understøtte historiefortællinger, hvor fordelene er, at brugerne får disse fortællinger her-og-nu gennem deres smartphones, tablets mm. Dette er også en af faktorerne, som taler for anvendelsen af denne teknologi.

Daniel Wessel, Carmen Zahn & Friedrich W. Hesse har i deres artikel *Supporting Visitor's Interest within and beyond the Museum with Mobile Media* skrevet følgende, som understøtter brugen af AR i oplevelser:

“For digital innovations enrich our lives by augmenting and thereby enhancing our reality; by enhancing us through alternative views of reality that make us active participants in the world around us; by letting us play with time in ways not otherwise possible; by engrossing us in virtual worlds that enchant and capture our time; by allowing us to interact with those worlds through material devices and even gestures; by letting us physically realize whatever we imagine; and by enabling virtual representations that mirror our reality to enlighten us from a new vantage point.”¹⁸²

Således kan vi, ved at anvende digitale elementer i oplevelsen ved Oldtidsstien, understøtte den oplevelse brugerne har ude på stedet. Det som brugen af mobile enheder kan tilføje en oplevelse, er dimensionen af *on-the-spot* information som kan opnås øjeblikkeligt, og på den måde kan man nå brugerne gennem hele besøget, når de har brug for det. Brugerne får dermed relevante informationer om de steder de er, når de er der. Wessel, Zahn og Hesse ser det som en mulighed for at udvide oplevelsen, i og med at man på den måde henvender sig til brugernes forskellige subjektive oplevelser af turen gennem Oldtidsstien.¹⁸³

¹⁸² Wessel et al 2008:5

¹⁸³ Ibid:5

Delkonklusion

I forhold til at kunne besvare hovedproblemformuleringen og tredje underspørgsmål kan vi indtil videre konkludere, at vi i udviklingen til et oplevelsesdesign til Oldtidsstien, skal være opmærksomme på, hvorledes vi anvender teknologi i den endelige oplevelse. Ydermere kan anvendelsen af AR, forøge oplevelsesværdien idet den potentielt, igennem brugerinddragelse, kan engagere og skabe indlevelse hos brugerne i den givne oplevelse. Endvidere er det essentielt, at brugere kan identificere sig med oplevelsen, og kan fordybe sig i denne. Alt dette er samlet set med til at skabe kohærens i oplevelsen.

Lige så meget som teknologier kan understøtte en oplevelse og udvide den og forstærke brugeroplevelsen, kan teknologien og indholdet i sig selv således også begrænse oplevelsen. Enten fordi at teknologien svigter eller at indholdet bliver for massivt. Endvidere har teknologierne den fordel, at man kan bringe oplevelserne ud hvor brugerne befinder sig. Dette er en fordel, idet man dermed potentielt kan nå ud til nogle brugere som man ellers som kulturinstitution ellers ikke når ud til. Samtidig kan de også få on-the-spot informationer, som kan understøtte brugeroplevelsen i øjeblikket hvor oplevelsen foregår. På den måde kan teknologien også være med til at gøre oplevelsen mere interessant og nærværende for brugerne. Endvidere er en anden væsentlig pointe, at det ikke er teknologien i sig selv der skal udgøre oplevelsen, men derimod være med til at understøtte en oplevelse ved at levere indholdet af oplevelsen.

Liste med fordele og ulemper

I dette afsnit præsenteres en liste med plusser og minusser, som repræsenterer vores resultater fra analysen af de udvalgte cases i forhold til hvad der har fungeret og ikke har fungeret i disse oplevelser. Listen er skrevet i stikordsform, således at resultaterne fremstår overskuelige overfor læseren. Resultaterne vil i nedenstående afsnit *Den nuværende situation på Oldtidsstien* blive sat op i forhold til analysen af Oldtidsstien.

Positiv liste:

- Involvere sanser
- Tilgængelig historie
- Kohærens/faste overordnede rammer
- Tema
- Få nogle uddybende info hvis ønsket
- Læring
- Overskuelighed
- Engagement
- Forskellige platforme
- Præcis fortælling
- Brugerinddragende
- Udklædning
- Personificering
- Gør det relevant og personligt
- Sharing → sende billeder → brugergeneret indhold
- Simpelt enkelt
- Restriktioner indenfor rammen
- Løse opgaver
- Linke det til sociale medier
- Autentisk
- Holde sig indenfor de historiske rammer

- Sociale relationer
- Interaktion mellem lokationen og brugerne
- Variere mellem overraskelsesmomenter og noget trygt
- Fysisk aktivitet
- Mulighed for fravalg uden at det påvirker den overordnede ramme -> app struktur -> bygges ind som en mulighed
- Rummet skal være logisk i forhold til oplevelsen
- Designet skal være enkelt

Negativ liste:

- Ren passivitet
- Manglende sammenhæng i oplevelsen
- Ikke fungerende teknologi
- Ødelægger oplevelsen
- De motiverende mister engagementet
- Uberettiget teknologi
- For indviklet fortælling -> mister fokus
- For megen fakta
- For lidt info -> gør oplevelsen ligegyldig
- For statisk
- Ingen brugerinddragelse
- Lang intro, lang fortælling
- Indviklet setup
- Holde sig indenfor de historiske rammer
- Hvis det ikke giver umiddelbar mening hvorfor man skal gøre
- Ikke for mange valg fra brugernes side
- Forstyrrende udefrakommende elementer
- Vejret kan påvirke pga. det er udendørs
- Når det bliver uoverskueligt

Den nuværende situation på Oldtidsstien

For at beskrive den nuværende situation i forhold til formidlingen af Oldtidsstien, har vi analyseret denne ud fra vores egen testmetode. Dette afsnit er med til at danne et overblik over, hvilke ting der i dag fungerer på Oldtidsstien, og hvilke der kan forbedres. Denne analyse sættes i forhold til ovenforstående liste. Ud fra dette vil vi komme med en samlet vurdering af, hvad det er vi kan arbejde videre på, for at kunne optimere brugeroplevelsen på Oldtidsstien endnu mere.

Analyse af Oldtidsstien

Indhold: historisk fakta, læring, fortælling, fleksibelt indhold og brugergeneret indhold, det uforudsigelige og det forudsigelige

Indholdets historiske fakta er, at kunne vise noget visuelt – her monumenterne - for brugerne omkring oldtiden i Danmark. På turen rundt på Oldtidsstien har brugerne mulighed for, at tilgå faktuel viden af forskellig art og på den måde har de også mulighed for at opnå læring, såfremt de læser informationerne, der er til stede rundt på stien. Vi synes, at der er en masse fakta at tilbyde omkring Oldtidsstien, men dette kommer ikke altid til udtryk i museets formidling af stoffet. Den faktuelle viden kan potentielt give læring til de besøgende, men meget hurtigt kan det blive kedeligt at læse teksten på tavlen ved hver genstand. Vi frygter, at mange vil droppe læsningen af alle tavlerne og dermed ikke få det optimale ud af oplevelsen.

I spørgsmål omkring hvorvidt der er tale om en fortælling i denne oplevelse vurderer vi, at der ikke som sådan var en overordnet fortælling tilknyttet stien da vi gik rundt derude, andet end at man kunne blive klogere på livet i oldtiden. Moesgård Museum har tre små bøger omhandlende Oldtidsstien, som kan købes i deres museumsbutik. Disse giver et indblik i historierne tilknyttet Oldtidsstien, men giver ikke en overordnet fortælling der er anderledes end den man opfanger ved at gå på ruten.

I forhold til om der i denne oplevelse er tale om et fleksibelt indhold, finder vi, at det er der ikke i særlig høj grad. Selvfølgelig har museet mulighed for at skabe fornyelse af

casen ved at tilføje nogle nye huse eller gravmonumenter på ruten, men dette er et omstændeligt arbejde, og ikke noget som museet gør ofte.

Muligheden for brugergeneret indhold er i den nuværende situation ikke eksisterende, idet man som bruger blot skal følge en bestemt rute der så kan give brugeren nogle informationer undervejs.

Det uforudsigelige ved en tur rundt på Oldtidsstien er, at man aldrig helt ved hvad naturen bringer. Måske har vejret haft en væsentlig betydning for hvorledes ruten ser ud i dag end den f.eks. så ud sidste gang man gik en tur på ruten. De forskellige genstande på ruten kan for de besøgende, der ikke har sat sig ind i ruten inden, måske forekomme en kende uforudsigelige. Med dette menes, at når man går på ruten ikke altid lige kan forudse hvad der er længere fremme på ruten. I det store hele vil der dog ikke være nogle uforudsigelige elementer på stien i form af at husene mm. har ændret sig eller lignende.

Derimod kan man tale om, at oplevelsen indeholder en del forudsigelige ting. Som før nævnt, er der ikke meget, der ændrer sig i forhold til gravmonumenterne og husene andet end hvad naturens magt kan medføre.

Vi vurderer, at der i denne oplevelse er tale om et fint indhold på flere måder, dog formår Moesgård Museum ikke at få formidlet det indholdsmæssige på en ordentlig måde, hvilket resulterer i, at vi ender med at give denne 2 point.

Brugerne: Brugerinddragelse, sanseindtryk, identifikation og endt besøg

Omkring spørgsmålet med brugerinddragelse så er vi heller ikke voldsomt begejstret her. Det eneste som kommer i nærheden af brugerinddragelse er, at man kan komme hen og røre ved genstandene. Det eneste brugerne skal forholde sig til i oplevelsen er monumenterne og de tilhørende skilte.

Vi er dog bekendte med, at der ved forskellige arrangementer er tale om mere brugerinddragelse idet f.eks. jernalderhuset åbnes, og i selskab med medarbejdere på

Moesgård Museum har børn mulighed for at "leve" som i oldtiden for en stund.¹⁸⁴ Disse arrangementer er ikke en del af Oldtidsstiens normale tilbud, og vil derfor ikke tælle med i vurderingen af hvorvidt der er tale om brugerinddragelse i denne oplevelse.

Under vores tur rundt på Oldtidsstien blev vores sanser påvirket mange gange, idet der er virkelig mange indtryk rundt på ruten. Dette skyldes dog især det at vi befandt os ude i naturen, hvor skoven, åen og dyrene påvirkede vores sanser meget. Selve husene og kisterne mm. påvirkede ligeså vores sanser, idet man både havde mulighed for at se og føle.

Vi vurderede dog, at vi ikke helt kunne identificere os med de ting vi så undervejs på turen. Vi ser et potentiale i stien og tror, at dette kan blive bedre såfremt at der sker nogle tiltag til stien der bl.a. inddrager brugerne undervejs i deres tur rundt på Oldtidsstien.

Besøget på Oldtidsstien havde gjort en forskel for os, men denne forskel kunne sagtens have været større. Vi blev især fascineret af naturen derude, som nærmest lå "uberørt". Vi manglende dog lidt ind imellem på ruten, som forbandt de forskellige indtryk vi fik undervejs og dermed fik dem bearbejdet efterfølgende. Vi kan derfor kun give denne oplevelse 2 point.

Kontekst: Rumlig kontekst, værdimæssig kontekst og case-mæssig kontekst

Oldtidsstiens omgivelser, og dermed den rummelige kontekst, er skønne. De består som ovenfor nævnt af forskellig slags natur der gør, at der hele tiden er noget nyt for øjet at beskue, og vi anser dem for at være meget værdifulde. Som besøgende på Oldtidsstien er man derfor meget opmærksom på den rummelige kontekst, og de værdier der ligger i disse naturomgivelser. Både på den måde at omgivelserne ændrer sig undervejs og at de er en del af fortællingen med Oldtidsstien.

Den værdimæssige kontekst klarer sig nogenlunde ved Oldtidsstien. Da vi ankom til Oldtidsstien havde vi forinden tillagt oplevelsen nogle værdier, idet vi havde læst om den og havde dermed en forestilling om at oplevelsen var autentisk, ude i naturen og

¹⁸⁴ Fyhn 2006b:31

indeholdt historisk faktuel viden. Disse værdier levede oplevelsen op til. Dog skuffede den os en anelse, idet vi oplevede tre identiske skilte lige efter hinanden. Desuden havde vi indimellem svært ved at se hvilken vej vi skulle gå for at blive på ruten. Vi mener derfor, at oplevelsen levede op til nogle af vores forudindtagede værdier om, at den ville være autentisk og i smukke omgivelser, men formidlingen af den historiske viden var ikke så god, som vi havde håbet på.

I forhold til den case-mæssige kontekst vurderer vi, at der i henhold til Oldtidsstien kan tales om unikke træk i oplevelsen. Dette skyldes at ruten simpelthen tilbyder små unikke oplevelser bl.a. i form af de autentiske gravmonumenter ude i den smukke natur, som meget ligner den i oldtiden. Det vurderes at vi ikke har været ude og undersøge andre cases som på samme måde kobler naturen med forskellige historiske genstande. Det er derfor svært at sammenligne denne oplevelse med de andre.

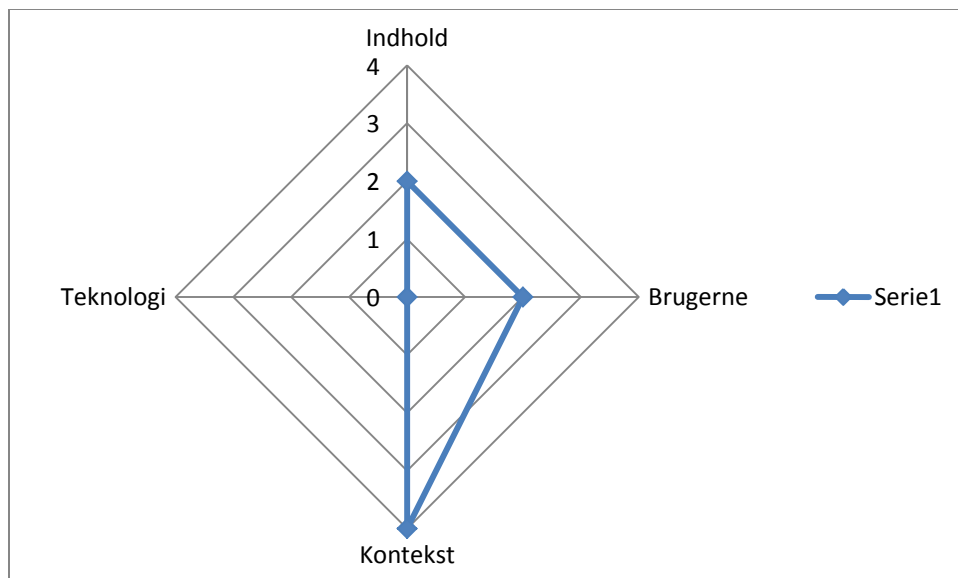
Alt i alt finder vi, at Oldtidsstien klarer sig udmærket i denne kategori og vi giver den dermed 4 point.

Teknologi i oplevelsen: Det teknologiske værktøj, forståelse af teknologien og udfordringer

I dag er der intet teknologisk i turen rundt på Oldtidsstien. Derfor er der heller ingen mulighed for at forstå denne teknologi eller begrunde hvilke udfordringer der er ved brug af denne teknologi.

Vi giver derfor 0 point her.

Alle disse point illustreres i et spindelvævsdiagram for at danne et overblik over testmetodens resultat af den givne case.



Opsummering af situationen

Generelt er det formidlingsdelen der ikke fungerer optimalt på Oldtidsstien, idet den er meget mangelfuld, og samtidig foregår formidlingen hovedsageligt gennem envejskommunikation. Ydermere er brugeren meget passiv og bliver ikke inddraget særlig meget i formidlingsdelen, og brugerinteraktionen i formidlingen på Oldtidsstien er på et meget minimalt plan. Kommunikationen forekommer kun via tavler, som er placeret rundt på stien, og disse er meget mangelfulde i forhold til informationer om tingene, og ofte kunne vi ikke relatere disse til monumenterne vi stod overfor. Således bliver formidlingen meget overfladisk og meget ensformigt og kommer til at mangle diversitet. Dette gør oplevelsen af oldtidsmonumenterne kedelig eller ligefrem ligegyldig. Man mangler bl.a. informationer omkring hvorfor netop disse ting er udpeget og dermed en del af stien i dag.

Endvidere er der ingen kohærens der binder den samlede formidling sammen, idet monumenterne fremstår enkeltvis uden en anden relation end at størstedelen af disse hører til oldtiden. Endvidere er det uklart hvorfor der forekommer monumenter på Oldtidsstien, som ikke hører til denne tidsperiode.

Selve fundamentet i Oldtidsstien, her tænkes på monumenterne og omgivelser på hele turen, er velfungerende. Der er et fint potentiale i at gøre Oldtidsstien rigtig

interessant og brugerinddragende ved at arbejde med formidlingsdelen endnu mere. Allerede i Oldtidsstiens nuværende form bliver flere af brugernes sanser aktiveret undervejs på ruten. Dette sker bl.a. i form af naturomgivelserne og de historiske monumenter som er en del af ruten.

Oldtidsstien sat i forhold til liste

I dette afsnit vil der være en diskussion af den nuværende situation på Oldtidsstien sat op i forhold til den udarbejdede liste med fordele og ulemper. Der vil senere i en delkonklusion efter afsnittet *Udbyttet af fokusgruppeinterview*, blive udarbejdet en konkluderende vurdering af, hvilke ting vi skal tage højde for i udviklingen af konceptforslaget til Oldtidsstien, både set i forhold til dette afsnits resultater samt brugernes udsagn og ideer til forbedringer til Oldtidsstien.

Overordnet mangler der en slags rammefortælling, som binder alle delene sammen og som er med til at give brugerne en samlet fortælling om tankerne bag hele stiens indhold. Endvidere vil en rammefortælling kunne inddrage brugerne aktivt undervejs på ruten. Dette kunne være i form af små opgaver eller lignende som både ville skabe brugergeneret indhold og som potentielt kunne påvirke flere af brugernes sanser i form af forskellige slags opgaver.

Samtidig kunne det også medvirke til, at den i dag gældende brugerpassivitet bliver vendt om til, at brugerne er aktive rundt på Oldtidsstien. Disse former for brugerinddragelse kunne, i Oldtidsstiens tilfælde, oplagt ske via et digitalt medie. Det skal understreges, at arbejde med teknologi, i dette tilfælde, skal ske med en respekt for både omgivelserne og artefakterne på stien. Samtidig er det vigtigt, at teknologien er enkel for brugerne at forstå og anvende, samt at det virker efter intentionen og at teknologien er berettiget i forhold til det budskab, som der ønskes at formidle.

Forskellige former for brugerinddragelse vil potentielt kunne engagere brugerne i selve oplevelsen, idet de skal foretage til- og fravalg undervejs på ruten. Ved disse valg kan brugerne vælge om de ønsker en ekstra og supplerende viden. Udover at dette betyder brugerinddragelse, er det samtidig med til at skabe forskellige oplevelser for forskellige mennesker. De mennesker som ønsker en stor del af oplevelsen skal være faktuelle

kan få dette, og andre som mere ønsker en gåtur med supplerende historiske oplysninger undervejs kan få dette.

Samtidig kan en overordnet rammefortælling være med til, at give brugerne et mere overskueligt billede af hele oplevelsen. Hvis brugerne kender de overordnede rammer for præmisserne for oplevelsen, kan de gå ind til oplevelsen med en bevidsthed om hvad de har i vente. Dette vil skabe en følelse af overskuelighed, som medfører en tryghedsfølelse som er ligeså vigtig igennem en god oplevelse, som de små elementer af noget uforudsigeligt.

Samtidig er det vigtigt, at rammefortællingen er en præcis fortælling som brugerne kan forholde sig til og som har et historisk fagligt indhold der stemmer overens med genstandene i oplevelsen. Denne rammefortælling kunne synliggøres overfor brugerne igennem en personificering af en historisk person. Dette medfører, at brugerne får en præcis fortælling, der gerne igennem personificeringen bliver præsenteret på en simpel og overskuelig måde. Det skal understreges, at de historiske beretninger ikke skal være for lange, men korte og præcise for ikke at miste brugernes opmærksomhed. Samtidig vil det være fordelagtigt at koble omgivelserne med artefakterne.

Generelt kunne det fungere godt, hvis brugerne kom mere i centrum på turen rundt på Oldtidsstien. Dette kunne bl.a. ske ved, at brugerne kan sende billeder/tegninger eller andet de har produceret under deres oplevelse til deres venner og familie eller til sociale medier. Dette ville være fordelagtigt, såfremt brugerne gik flere sammen, således at de kunne dele deres inputs og erfaringer med hinanden. Dette vil styrke indlæringen, idet brugerne dermed får snakket om de forskellige informationer.

Introduktion til konceptudviklingsprocessen

I nedenstående afsnit vil der forekomme et afsnit om brugerne vi der involveret i vores fokusgruppeinterviewet, en beskrivelse af deres besøg ude på Oldtidsstien, metoden vi anvendte til selve fokusgruppeinterviewet og et afsnit omkring hvorledes selve fokusgruppeinterviewet foregik.

Brugerne

I forbindelse med udviklingen af det digitale formidlingskoncept til Oldtidsstien har vi haft brugere ude på Oldtidsstien og gå ruten, så de kunne få et indblik i den nuværende oplevelse og formidling der er langs ruten. Vi var begge selv med på turen rundt sammen med brugerne for at observere og notere deres adfærd og reaktioner på oplevelsen. Vi holdt os meget i baggrunden, således at vores tilstedeværelse ville påvirke situationen så minimalt som muligt.

Den gruppe vi sendte ud på Oldtidsstien bestod af fem mennesker hvor aldersspektret var fra starten til slutningen af tyverne, og hvor begge køn var repræsenteret. Disse er alle en del af vores målgruppe jf. afsnittet *Målgruppe*¹⁸⁵.

Brugerne på Oldtidsstien

Man har som bruger mulighed for at få udleveret en brochure hvori der er indtegnet et kort over den jord der tilhører Moesgård Museum, hvor de tre ruter, herunder Oldtidsstien, også fremgår. Endvidere figurerer der korte beskrivelser af de forskellige monumenter mv. som man kommer forbi langs ruten. For at få fat i brochuren kræver det, at man som bruger aktivt henvender sig i Informationen på Moesgård Museum. Dette gjorde brugerne inden de startede deres tur på Oldtidsstien.

Brugerne startede med at orientere sig på kortet i brochuren, og efter noget tid begyndte de at gå ned til det punkt, hvor de umiddelbart, ud fra kortet, mente ruten

¹⁸⁵ Målgruppe p. 24

begyndte. Efter de havde gået et lille stykke og de kom til et sted hvor der var mulighed for at gå flere veje, blev de hurtigt forvirret over hvilken vej de skulle vælge, da de ikke syntes det fremgik tydeligt af kortet. Dette var en problematik der gik igen gennem hele turen fra begyndelse til slut.

Undervejs på Oldtidsstien orienterede brugerne sig jævnligt på kortet, dels for at finde vej, og dels for at læse om de forskellige monumenter de kom forbi langs ruten. For at få alle de informationer der var tilgængelige om de forskellige monumenter og de historier der var knyttet til dem, læste de også alle de forskellige skilte der var rundt på stien. Her omhandlede nogle af skiltene dyre- og plantelivet i skoven og de resterende skilte indeholdt udelukkende informationer omhandlede monumenterne på ruten.

De reaktioner og den adfærd som vi observerede at brugerne havde undervejs, skrev vi ned, og dette kommer til at udgøre en del af grundlaget for at udfærdige det endelige koncept til Oldtidsstien.

Fokusgruppe interview

Vi afholdte et fokusgruppeinterview med den gruppe brugere, der allerede havde været ude og gå ruten på Oldtidsstien. Vi anvendte metoden *fremtidsværksted* som udgangspunkt for den kreative proces i forhold til ideudvikling til konceptet.

Vi indledte fokusgruppeinterviewet med at forklare deltagerne fremgangsmåden for forløbet de skulle igennem i forhold til de tre faser – kritik, fantasi og virkelighedsgørelsesfasen. Deltagerne blev instrueret i reglerne for forløbet og fik præsenteret problemstillingen de skulle forholde sig til. Herefter tog hver af faserne ca. 40 minutter hver. Forløbet resulterede i forskellige ideer til konceptet, som beskrives og anvendes i det endelige koncept.

De konklusioner brugerne drog undervejs ude på Oldtidsstien bliver der gjort rede for i det nedenstående afsnit *Udbyttet af fokusgruppeinterview*.

Metode til fokusgruppeinterview

Til idegenereringen med brugerne anvendte vi metoden *fremtidsværksted* som værktøj. Fremtidsværksted er en metode der er udviklet i 80'erne af Robert Jungk og Norbert Müllert. Metoden anvendes til at få mennesker til at udvikle ideer, og giver gennem forskellige værktøjer mennesker muligheden for at tænke konstruktivt og kreativt i forhold til en given problemstilling. Værkstedet består af fire faser: forberedelses¹⁸⁶-, kritik¹⁸⁷-, fantasi¹⁸⁸- og virkeliggørelsesfasen¹⁸⁹.

Inden idegenereringen med fokusgruppen forberedte vi os ved at sætte os godt ind i metoden, og vi havde købt de nødvendige materialer til forløbet: tre store stykker karton som deltagerne kunne skrive ned på i de andre faser, og noget de kunne skrive med.

I kritikfasen¹⁹⁰ får deltagerne præsenteret den problemstilling de skal tage stilling til, og i denne fase skal de forholde sig kritisk til denne. Først instrueres deltagerne i reglerne for denne fase som består i, at deltagerne hver kun må snakke 30 sekunder af gangen og komme med de kritikpunkter de har til den givne problemstilling. Endvidere skal de notere deres kritik ned på det udleverede stykke karton, hvor de skal formulere kritikken i korte sætninger eller i stikordsform. Når alle deltagerne ikke har mere at tilføje, skal de hver især give point fra 1-5 for de fem kritikpunkter de ser som de mest fremtrædende. De fem punkter der får flest point anvendes som udgangspunkt for den næste fase.

I fantasifasen¹⁹¹ skal de fem punkter fra kritikfasen vendes til positive udsagn, som skrives ned. Ud fra disse udsagn skal deltagerne brainstorme på løsningsforslag til problemstillingen, og ideerne skrives igen ned på et stykke papir. Deltagerne skal ikke tænke på nogle begrænsninger i deres løsningsforslag, om hvad der rent faktisk er realistisk og kan lade sig gøre. Endvidere må deltagerne ikke kritisere hinandens forslag, og de må ikke diskutere før i næste fase. Igen udvælges de fem mest centrale

¹⁸⁶ Jungk et al 1984:55

¹⁸⁷ Ibid:65-76

¹⁸⁸ Ibid:77-86

¹⁸⁹ Ibid:87-95

¹⁹⁰ Ibid:55

¹⁹¹ Ibid:55

løsningsforslag, ved at alle deltagerne giver point fra 1-5 til de fem forslag de mener er bedst og skal videre til næste fase. Efter dette er gjort afsluttes fasen.

Den sidste fase er virkeliggørelsesfasen¹⁹². Her skal deltagerne igen forholde sig kritisk til de løsningsforslag der er givet på den tidligere fremsatte problemstilling. Dette gøres ved at vurdere mulighederne for realisering af ideerne, og forslag noteres ned til hvorledes ideerne kan blive til en realitet. Når alle punkterne er gennemgået og løsningsforslagene er skrevet ned afsluttes denne fase. Resultatet af alle faserne bliver således en masse konstruktive ideer til hvorledes den problemstilling deltagerne skulle forholde sig til kan løses.

¹⁹² Jungk et al 1984:56

Intro til konceptet

Vores koncept er bygget op således, at det består af en kort intro af hvad vi fandt frem til i vores fokusgruppeinterview. Dernæst vil vi kort redegøre for hvilke medier vi har valgt at anvende i konceptet. Derefter kommer et afsnit der beskriver applikationens struktur. Dette afsnit indeholder først og fremmest formålet med en applikation i konceptet. Desuden kommer vi omkring forudsætningerne for konceptet, og hvilke udfordringer der er i udarbejdelsen af dette. Vi anbringer de overordnede kriterier for konceptet i punktform, således at det bliver overskueligt hvilke kriterier der skal overvejes i udarbejdelsen af konceptet. Denne liste bliver set i forhold til den positiv og negativ liste der tidligere i specialet er blevet udarbejdet. Hermed vil ideer til det endelige koncept dels bygge på brugerudsagn, og dels resultaterne vi kom frem til via vores egen analyse af forskellige cases.

Til sidst vil selve applikationen blive præsenteret. Det bliver beskrevet hvorledes, man downloader applikationen, og hvad denne i sin intro indeholder. Der vil forekomme et afsnit omkring interfacet og selve indholdet i applikationen. Denne præsentation vil både forekomme i tekst og i billeder, således at læseren bedre kan forestille sig applikationen. Alle dens funktioner, samt hvorledes turen rundt på Oldtidsstien kan foregå trin for trin, bliver ligeledes præsenteret i dette afsnit via storyboards.

Som en del af ruten er der elementer, der ikke hører sig naturligt til oldtiden. Da disse elementer er en del af stien, og brugerne dermed automatisk kommer forbi disse på deres tur rundt på Oldtidsstien, har vi valgt, at medtage disse i vores applikation.

Udbyttet af fokusgruppeinterview

På baggrund af fokusgruppeinterview fandt vi helt overordnet frem til, at det ville være en god ide, hvis der kom et overordnet tema til Oldtidsstien. Fokusgruppen mente, at det ville være en god ide hvis Moesgård Museum fastlagde en vision for Oldtidsstien,

og tilmed gav stien et nyt navn, samt fik fastlagt nogle målgrupper for deres tre stier. Den korte tur, Den lange tur og Oldtidsstien.

Helt overordnet synes fokusgruppen, at en applikation potentielt kunne løse mange af de problemer, som de oplevede under deres tur rundt på Oldtidsstien. I denne applikation kunne der være et kort som viser hele ruten, og hvor ens egen placering markeres på ruten via GPS. Grunden til dette ønske var, at de undervejs i deres tur rundt på Oldtidsstien flere gange havde svært ved at finde vej, og op til flere gange var i tvivl om, hvorvidt de skulle vælge den ene sti fremfor den anden.

Derudover fandt gruppen, at det ville være godt, hvis der på ruten kunne være QR-koder der fungerede som et ekstra tilbud til de brugere, der ønskede yderligere information end de opstillede skilte rundt på ruten. På den måde kunne brugere scanne QR-koderne ved de forskellige monumenter på Oldtidsstien og modtage indholdet fra QR-koderne via deres smartphone.

Et overordnet tema eller en fortælling som bliver illustreret gennem applikationen, vil samtidig være med til at sætte en ramme for hele turen rundt på Oldtidsstien. Ved at foretage nogle aktive ting undervejs på turen, som en del af denne fortælling, vil det, ifølge fokusgruppen, kunne medføre en samlet mening med det hele og samtidig skabe et større engagement hos brugerne undervejs på ruten.

De fremhævede derudover, at det ville fungere godt hvis der var en form for levende fortælling, gerne i form af en guide, rundt på Oldtidsstien, idet det kunne være med til at skabe en stemning, således at brugerne fik en føling med, hvordan livet var i oldtiden. De synes, det ville være godt hvis mennesket kom i fokus i denne fortælling. Med dette mente de, at man f.eks. ved jernalderhuset kunne berette nogle historier om hvorledes folk havde boet i sådan et hus i jernalderen. Denne information kunne f.eks. være tilgængelig på en digital platform i form af deres smartphone. Ligeledes kunne der ved kulthuset – dødehuset - være mulighed for, at følge processen med hvor folk døde, blev lagt i dødehuset, og indtil de rådne bort, og der kun var deres knogler tilbage.¹⁹³

¹⁹³ Dette var en information brugerne havde læst sig til via et af skiltene på Oldtidsstien

Udover tilbuddet med applikationen fandt fokusgruppen det ydermere lukrativt, hvis der engang imellem blev afholdt diverse events. Disse kunne f.eks. være rollespil ude i skoven, der omhandler tiden omkring oldtiden, en halloweenaften med spøgelsesvandring ude på stien, en guidet tur med en kulturarvsformidler/naturvejleder¹⁹⁴, svampeture mm..

Helt konkret foreslog fokusgruppen, at man kunne ændre de tre stiers navne og indhold således, at de kom til at hedde naturstien, historiestien og oplevelsesstien. På den måde kunne man have tre temaer tilknyttet de tre stier, og dermed skabe tre kulturmiljøer eller tre tidsaldre som brugerne kunne vælge at følge. Det overordnede tema skulle stadig være omkring oldtiden. Det var, ifølge fokusgruppen, vigtigt, at der ved starten af turen var et tydeligt skilt med hvad stiernes indhold handler om. Endvidere skulle der ved slutningen af ruten igen var et samlet slutpunkt som fortalte om de muligheder brugerne nu havde. Her kunne der bl.a. stå informationer omkring museets udstillinger, tilgængeligt materiale om stierne og området omkring Moesgård Museum. Fokusgruppen foreslog også, at Moesgård Museum kunne udvikle en slags guidebog, der fortæller om de tre stier og generelt om oldtiden. Det skal nævnes, at der allerede i dag findes tre hæfter som omhandler området omkring Moesgård Museum. Den ene hedder *Oldtidsstien på Moesgård - Guide til kultursporene i landskabet*, den anden *Moesgård – herregård og kulturlandskab* og det tredje hæfte hedder *Moesgård Skovmølle*. Disse hæfter er dog ikke 100 % fokuseret på Oldtidsstien, og derfor fandt fokusgruppen, at det kunne være ideelt hvis museet fik udviklet en guidebog, der var mulig at købe i museumsbutikken tilknyttet Moesgård. Disse skulle omhandle noget af det samme som applikationen skulle indeholde. Desuden foreslog fokusgruppen, at der kunne udvikles en pop-up bog til børn, som illustrativt kunne hjælpe de mindste børn til at forstå hvad oldtidsstien handler om.

Fokusgruppens forslag til de tre stier:

- *Naturstien* kunne indeholde informationer omkring hvilke naturlandskaber der var i oldtiden, hvad har man spist i tiden, info omkring bondeliv og noget omkring hvilke dyr der levede i skoven dengang. Generelt et fokus på naturoplevelserne der er tilgængelige på Oldtidsstien

¹⁹⁴ Nogen der er ansat med det specifikke formål at formidle kulturarv og berette om naturen

- *Historiestien* kunne derimod havde et fokus på kulturen i oldtiden og dermed et fokus på mennesket i denne fortælling. Hermed sætte rammen for en historisk kontekst og dermed inddrage fortællinger om hvordan mennesket har arbejdet i oldtiden ude i skoven og ved stranden mm. Fokusgruppen foreslog, at man på denne sti kunne markere stien ved et gennemgående symbol af et solhjul, idet religionen i bronzealderen var centreret om solen og da der i dag allerede findes disse markeringer på nogle af genstandene på Oldtidsstien
- *Oplevelsesstien* kunne indeholde en skattejagt eller en slags udfordring for brugerne. Denne udfordring kunne bl.a. bestå af sansekasser placeret rundt på stien, af soundscapes for at skabe en fornemmelse af hvilke lyde der har været i oldtiden og af geo-caching. Igen kunne man anvende et solhjul som markering af skattestedet. Der kunne eventuelt være en præmie for at løse skattejagten, som f.eks. kunne være en fribillet til museets udstillinger.

Inden brugerne startede på en af disse tre ruter, skulle der være en fælles start ved f.eks. et skilt ved hovedbygningen af Moesgård Museum. Det kunne også være her at man kunne downloade applikationen, såfremt at man ikke havde gjort det inden man ankom til museet.

Ved informationsskiltet skulle der kort stå et oprids af de tre ruter, og hvad disse indeholder. På den måde kan brugerne se, hvor deres interesse er, og hvor lang tid de ønsker at anvende på at gå rundt i skoven. Det skal nævnes at de tre stier er af forskellig længde - Den korte tur er på 2 kilometer, Den lange tur er på 3,7 kilometer og Oldtidsstien er på 4 kilometer. Ved dette skilt skulle der være en folder tilgængelig som fortæller om de tre stier og vise deres ruter mm. Denne skulle være tilgængelig til de brugere, som ikke har lyst til at downloade en applikation og anvende denne i deres tur rundt i skoven.

De tre forskellige stier skulle så ende det samme sted ved Moesgård Museum, hvor der så igen skulle være et skilt der informerer brugerne om, hvad museet kan tilbyde i deres udstillinger, som supplerer den viden som brugerne har opnået ude på stierne.

Delkonklusion

Ud fra fokusgruppens udsagn sat op i forhold til analysen af Oldtidsstien og listen med fordele og ulemper kan det konkluderes, at en rammefortælling med et overordnet tema ville medvirke til at skabe en kohærens i alle delementerne rundt på Oldtidsstien. Fokusgruppen vurderede, at en mulighed for at løse de nuværende problemstillinger kunne ske ved, at udvikle tre temastier i stedet for de tre bestående stier – den korte tur, den lange tur og Oldtidsstien. Temaerne for disse tre stier kunne f.eks. være Naturstien, Historiestien og Oplevelsesstien. Naturstiens fokus skulle, ifølge fokusgruppen, være på naturlandskaber, maden og bondelivet i oldtiden. Historiestiens fokus skulle være på kulturen og på mennesket. Den sidste sti – Oplevelsesstien – skulle være mere oplevelsespræget i form af en skattejagt eller anden form for udfordring hos brugerne. Rundt på stien kunne bl.a. være sansekasser der skulle aktivere brugernes sanser undervejs. Overordnet vurderede fokusgruppen, at der i stedet for de hvide sten, som i dag er placeret for at vise hvor Oldtidsstiens rute er, skulle være et solhjul symbol, der skulle markere stien. Grunden til at det skulle være et solhjul der skulle markere stien skyldes, at solhjulet er et religiøst symbol fra bronzealderen.

Ud fra analysen og i forhold til specialets omfang vurderes det, at fokus i konceptforslaget kun bliver på en af stierne – Oldtidsstien. Grunden til dette skyldes, at det ville være for omfangsrigt at skulle komme omkring alle tre stier. Derudover vurderes det at en så konkret opdeling som fokusgruppen foreslog, ville være svær at udvikle uden at der ville forekomme overlap mellem de tre temaer.

Rammefortællingen for Oldtidsstien kunne, ifølge fokusgruppen, blive formidlet igennem en applikation til en smartphone. Applikationen ville kunne løse flere af de problemer som fokusgruppen pointerede der i dag var ved Oldtidsstien. Fokusgruppen havde bl.a. svært ved at finde vej og fandt, at et kort over hele Oldtidsstien i applikationen, der via GPS-positioner kunne registre hvor brugerne befandt sig på kortet ville kunne afhjælpe dette problem. Ydermere kunne man igennem applikationen fastsætte en rammefortælling for turen rundt på Oldtidsstien. Dette ville, ifølge fokusgruppen, medføre en overordnet forståelse hos brugerne, hvis den samlede mening med stien blev præsenteret for dem fra starten af. Fokusgruppen mente yderligere, at man som bruger med dette overordnede kendskab til tankerne bag

Oldtidsstien, ville have et større engagement med rundt på stien, idet man kendte til tankerne bag hele stien og meningen med de forskellige indslag undervejs.

Dette engagement kunne endvidere styrkes igennem brugerinddragelse. Ved at inddrage brugerne undervejs på stien, kunne man potentielt fastholde deres interesse igennem hele ruten. Fokusgruppen foreslog bl.a., at der rundt på stien kunne placeres nogle QR-koder, som kunne indeholde ekstra informationsmateriale til de brugere, som ønskede dette. Derudover kunne der være opgaver der påvirkede flere af brugernes sanser f.eks. igennem opgaver hvor brugerne selv skulle genere et indhold.

Samtidig vurderede fokusgruppen, at en rammefortælling hvor mennesket er i fokus ville være med til, at brugerne bedre kunne forholde sig til de forskellige historier om oldtiden. Hvis der var en virtuel historisk person der igennem hele turen rundt på stien, kunne være en fortæller der guider brugerne igennem de forskellige monumenter mm., ville dette skabe en form for levende fortælling der, ifølge fokusgruppen, kunne give brugerne en bedre føling med hvordan det muligvis har været at leve i oldtiden. Denne føling kunne også understøttes af forskellige virtuelle personer, som ved de forskellige monumenter kunne fortælle om livet i f.eks. jernalderen. Denne form for levendegørelse, kunne også ske i form af en guide hvilket forudsætter, at Moesgård Museum skal have en guide ud sammen med brugerne. Ved at inkorporere forskellige virtuelle historiske personer i applikationen kunne det medføre en større fleksibilitet i forhold til hvornår brugerne har lyst til at tilgå denne viden om Oldtidsstien.

Fokusgruppens udsagn og resultaterne fra den tidligere analyse sat op i forhold til den positive og negative liste stemmer overens i forhold til at understrege, at disse nye tilbud kun skulle ses som et supplement der var muligt at til- eller fravælge. Fokusgruppen foreslog, at det ville være fordelagtigt, hvis der allerede oppe ved hovedbygningen ved Moesgård Museum, var et infoskilt som overordnet fortalte om de tre stier. Der skulle være en vejledning til, hvorledes man downloader applikationen til sin smartphone, men der skulle samtidig være en folder ved skiltet, til de brugere der ikke ønskede at downloade applikationen. Disse til- og fravalg skulle også være mulige at foretage undervejs på stien. På den måde kan brugerne få den form for oplevelse som de nu engang ønsker.

Valg af medier i konceptet

Til udarbejdelsen af dette koncept har vi besluttet os for, at udvikle et designforslag til en applikation der kan downloades til iPhones og android smartphones. Dette valg baseres på vores fokusgruppegruppes udsagn, vores egen viden indenfor området samt vores nye viden fra vores empiriindsamlinger ved de udvalgte cases. Dette gav os et helhedsindtryk af, at Oldtidsstien i dag mangler en overordnet fortælling der skaber en kohærens mellem de forskellige informationer der er tilgængelige på ruten. Hertil mener vi at udviklingen af en applikation som løsningsmodel vil være optimal. Ved at vælge en applikation kan vi opfylde flere af de ønskede ændringer og forbedringer til Oldtidsstien, som vi er kommet frem til er nødvendige.

En applikation er fleksibel i forhold til, at den ikke er afhængig af internettet, og samtidig bliver dens informationer tilgængelige der hvor brugerne er. Samtidig er en applikation meget fleksibel i forhold til hvilken form for indhold man vælger at udvikle til den. Når dens interface er udviklet, har Moesgård Museum mulighed for senere hen at ændre indholdet i applikationen, og dermed kan de generere en ny oplevelse for deres brugere for en relativ lille sum penge.

Endnu en fordel ved en applikation er, at brugerne aktivt selv skal hente den og således har brugerne muligheden for at anvende den, hvis dette ønskes. Ligeledes foreligger muligheden for at vælge den fra, hvis ikke brugerne ønsker den som en del af deres oplevelse på Oldtidsstien. De brugere som blot ønsker at gå en almindelig tur i skoven, kan fravælge at downloade applikationen. Derudover forøger en applikation det indholdsmæssige tilbud til dets brugere ved, at de brugere der ønsker at fordybe sig ved de forskellige elementer kan gøre dette via applikationen.

Idet mange mennesker i dag har adgang til en smartphone,¹⁹⁵ er det tanken, at vi, ved at vi udvikler en applikation, gør produktet mere tilgængeligt for brugerne, på det tidspunkt og sted hvor de nu engang er. Endvidere kommer oplevelsen heller ikke til at koste brugerne noget, da vi påtænker at det skal være gratis at downloade og

¹⁹⁵ Danmarks statistik lavede i 2011 en opgørelse over hvor mange der havde mobiltelefoner i Danmark. De spurgte 2440 familier i alderen 16-74 år, hvortil 97 % af de adspurgte svarede at de havde mobiltelefoner. Ud af disse var der 33 % af dem der havde smartphones (Kilde: Hjemmeside 18)

benytte applikationen. Endvidere kan applikationen både downloades fra Appstore, Google Play og Android Market, samtidig med at den også kan hentes via bluetooth på stedet, så brugerne ikke er afhængige af internetforbindelse for at kunne hente den.

Udfordringer i udarbejdelsen af konceptet

Der foreligger en udfordring i form af, at brugere af Moesgård Museum og andre ikke opdager at Oldtidsstien eksisterer. Denne udfordring bygger både på egne, fokusgruppen og andres udsagn omkring at de ikke kendte til en sti i skoven omkring Moesgård Museum, selvom de har besøgt museet op til flere gange.

En tredje udfordring i at udarbejde et designforslag til en applikation er, at der altid er en risiko for at teknologien fejler når brugerne skal anvende den. Dette kom vi ud for, da vi afprøvede applikationen StreetMuseum i London, hvor 3D knappen ikke levede op til hvad den forinden havde lovet. Det er dog umuligt at tage forbehold for alt når det drejer sig om teknologi, men der er alligevel visse ting som vi kan overveje.

Ligeledes er der tale om en gratis oplevelse, så der er nogle begrænsninger i forhold til hvad applikationen må koste at udvikle. Den er udviklet til at skulle indgå i en større sammenhæng med naturen rundt omkring brugerne i deres tur på stien. Derfor skal der også tages højde for, hvilke digitale elementer der kan ligges ud på Oldtidsstien uden at det forstyrrer og ødelægger omgivelserne i skoven.

En anden udfordring er også, at skabe en applikation der formår at koble alle de forskellige informationer som Oldtidsstien tilbyder sammen i en samlet fortælling der giver mening for brugerne. Fokusgruppen blev under deres tur rundt på stien meget forvirrede over de forskellige signaler som Moesgård Museum formidlede. Det virkede på flere af fokusgruppens deltagere som om, at Moesgård Museum ikke helt selv vidste hvad deres formål med stien er. Skiltene på ruten var mangelfulde, i form af at den mangelfulde information der var tilgængelige, ikke fortalte nok om det som stod på skiltene. F.eks. var der et skilt som fortalte om hvorledes skoven havde ændret sig

gennem tiderne, og skiltene informerede om at der på et tidspunkt var birke- og fyrretid i skoven. Der var dog ingen steder oplyst hvornår disse perioder var, hvilket en af brugerne synes var en manglende information, og blev irriteret over dette.

Desuden er det en udfordring hvorledes, man får skabt en god oplevelse uden at de omkringværende elementer i skoven, der ikke er en del af Oldtidsstien, forstyrrer denne oplevelse. Et konkret eksempel på et forstyrrende element er f.eks. nogle små skilte rundt på ruten som viser nogle forskellige tal. Fokusgruppen kunne ikke se meningen med dem, i forhold til informationerne i den brochure de havde med sig rundt og blev derfor bare blot forvirrende og irriterede over disse skilte.

Endvidere fandt fokusgruppen det svært at se hvorfor netop de ting som forefindes ude på ruten er blevet valgt frem for andre ting. Hvorfor er det lige netop disse udvalgte gravmonumenter er interessante for brugerne når de går en tur rundt på Oldtidsstien? Dette svar søgte fokusgruppen svar på, men fandt det ikke. De følte op til flere gange, at de ikke kunne sætte de forskellige elementer (f.eks. jernalderhuset) i relation med en "tidsrejse ad Oldtidsstien" som Moesgård Museum selv siger det. Som før nævnt kunne det hjælpe, hvis der i fortællingerne af de forskellige elementer var et fokus på mennesket, og på hvorledes dette menneske har anvendt det specifikke element. Det vil også være med til at skabe en kohærens i den samlede fortælling (også kaldet den store fortælling) og den lille fortælling. Hvilket netop var et ønske hos fokusgruppen, i det de vurderede at der manglede en samlet kontekst at sætte de individuelle fortællinger ind i.

En anden udfordring er ligeså at der igennem alle tilbuddene der gives undervejs på ruten skal være mulighed for at til- og fravælge om hvorvidt man ønsker at være aktiv under sin gåtur eller om man blot ønsker at gå en almindelig gåtur i skoven.

En anden udfordring er selve navnet *Oldtidsstien*. Ud fra stiens navn får man det indtryk at indholdet på Oldtidsstien kun omhandler ting fra oldtiden, men reelt set møder man både genstande fra oldtiden og elementer der overhovedet ingen relation har til oldtiden. Derfor vil det være fordelagtigt hvis stien får et andet navn, idet der i konceptet vil forekomme forskellige inputs fra både oldtiden og andre perioder. Dog vil fokus primært stadig være på oldtiden.

Download og intro til applikationen

Der er mulighed for at downloade applikationen hjemmefra i AppStore, GooglePlay og Android Market eller via et link på Moesgård Museums hjemmeside. Hvis man ikke har fået gjort dette inden sit besøg på Oldtidsstien, er der mulighed for at downloade applikationen på selve Moesgård Museum oppe ved billetsalget via en bluetooth-station. Brugerne kan læse om hvorledes de kan downloade applikationen ved et skilt ved billetsalget. Applikationen kan hentes i en dækning af 30 meter, og der vil derfor være mulighed for at downloade applikationen indenfor dette område. Når brugerne downloader applikationen til Oldtidsstien, downloades der samtidig et tegneprogram. Dette er nødvendigt at brugerne har på deres telefon for at de er i stand til at løse nogle specifikke opgaver på Oldtidsstien, hvor dette indgår.

Tekst til skiltet:

Kom med på en oplevelsesrig rejse igennem oldtidens interessante tidsalder, og oplev gennem spændende og personlige historier ude i naturen, hvorledes hverdagen så ud for en stenaldermand, og hvordan livet var i bronzealderen og jernalderen.

Intentionen med skiltet er, at sikre at alle de nødvendige oplysninger omkring hvilke muligheder brugerne har, bliver kommunikeret til ud brugerne. De kan vælge imellem tre ruter, og til Oldtidsstien kan de hente en applikation, som kan give brugerne en mulighed for at kombinere deres oplevelse på Oldtidsstien med digitale elementer undervejs. Endvidere bliver der vist et kort over området, hvor de tre ruter er indtegnet. På den måde kan brugerne tage stilling til om det er et tilbud de har lyst til at benytte sig af eller ej. De brugere der har lyst til en almindelig gåtur i området kan gøre dette, og de brugere der ønsker at downloade applikationen, for at se hvad den kan tilbyde, har mulighed for det.

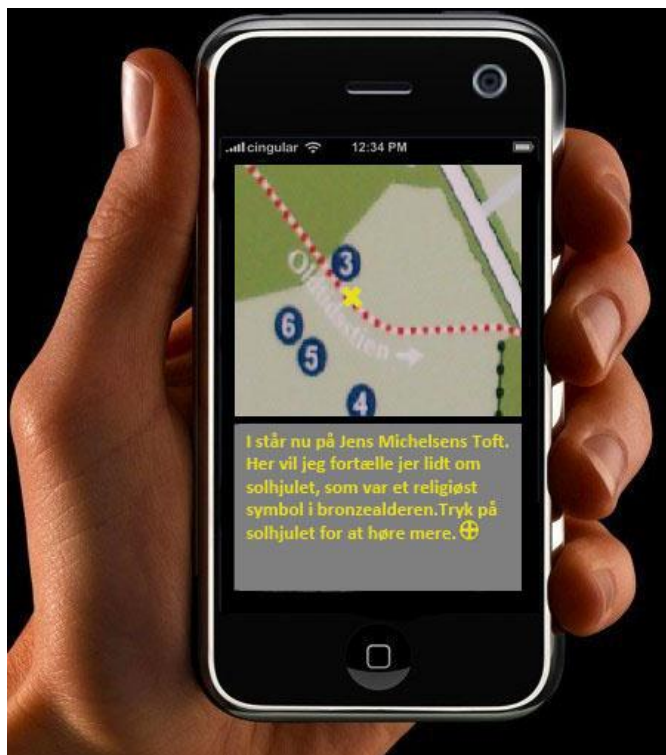
Når brugerne har downloadet applikationen til deres smartphone, vil de blive mødt af en kort intro der fortæller dem om de muligheder de nu har.



I applikationen kan de se et kort over området ved Moesgård Museum som viser de tre ruter indtegnede. De kan vælge hvilken af ruterne de vil følge, hvor de på alle tre ruter har mulighed for, under hele turen, at følge med i hvor de er på kortet via en GPS. Dette er markeret via et gult solhjul. De kan dog kun vælge at følge Oldtidsstien, hvis de ønsker at få ekstra oplysninger undervejs på ruten i form af forskellige digitale tiltag. Ydermere kan brugerne vælge om de er en børnefamilie eller uden børn. Det skal dog understreges, at der i konceptet fokuseres på brugere uden børn, og det er dem som er vores målgruppe og derfor vil vi gå i dybden med en beskrivelse af et scenarie med sådan en brugergruppe.

Praktiske informationer

Under hele turen på Oldtidsstien kan brugerne se et kort over området og en markering af deres egen placering på kortet som vises visuelt med en person på kortet.



Når brugerne kommer forbi de enkelte monumenter eller de oplevelser der er indbygget i applikationen undervejs mellem de forskellige monumenter, bliver de gjort opmærksomme på, at der er noget at se. Dette sker ved at smartphonen gør brugerne bevidste om dette ved at vibrere og at der kommer en pop-up besked på selve skærmen om at der er noget indhold som brugerne muligvis kunne finde interessant.

Ved disse pop-up beskeder har brugeren mulighed for at vælge at få teksten læst op, som indtales af en professionel skuespiller. Dette tænker vi at få udført af Teater Katapult.¹⁹⁶

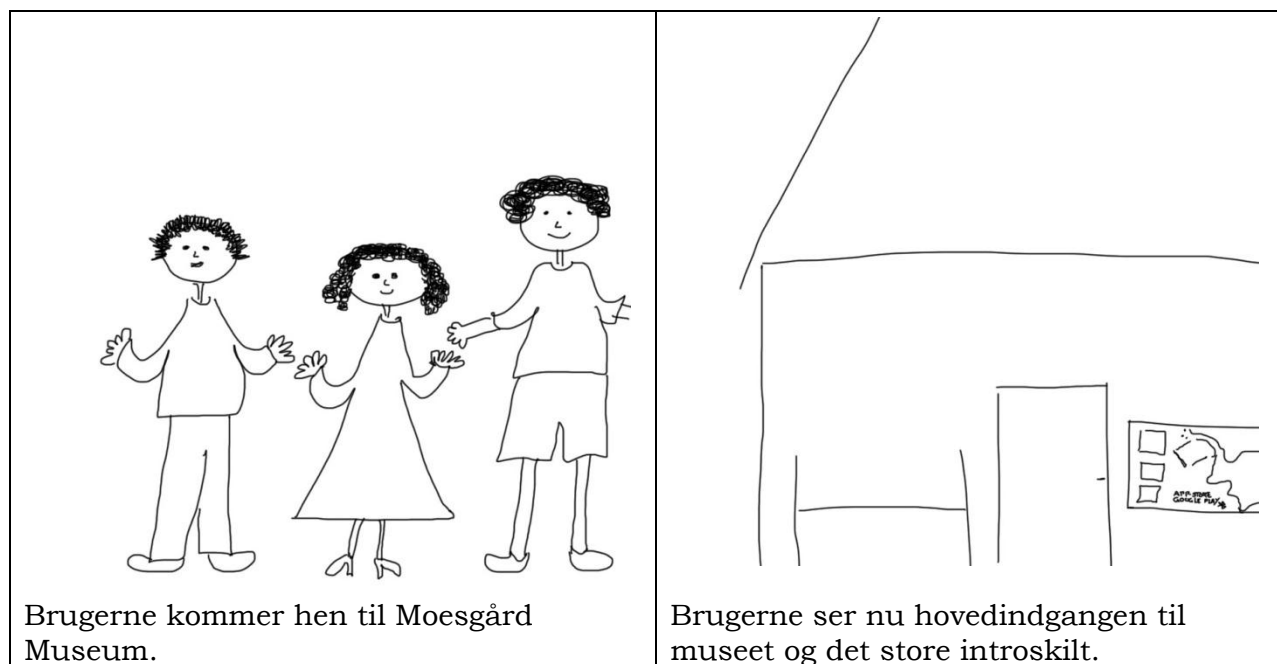
Det kan være en fordel for dem der har et dårligt syn eller folk der lider af dysleksi. Desuden bliver brugeroplevelsen ikke så tung, og det kan være en hæmsko for en oplevelse, hvis brugeren synes der er for meget tekst. Vedkommende kommer sandsynligvis hurtigere til at kede sig og dette kan munde ud i, at brugeren vælger applikationen fra.

¹⁹⁶ Aarhusiansk teatergruppe som bl.a. indtaler stemmer til forskellige speaks som bruges af bl.a. uddannelsesinstitutioner

Formål med oplevelsen

Det overordnede formål med oplevelsesproduktet er at forbedre den nuværende formidlingssituation på Oldtidsstien, således at brugeroplevelsen forhåbentlig forbedres. Endvidere er hensigten er, at konceptet skal bevirke en øget interesse og opmærksomhed hos potentielle brugere, således at de bliver bevidste om Oldtidsstiens eksistens.

Storyboard – En tur rundt på Oldtidsstien



Oldtidsskjen 4 km
Kom med baron Guldencrone rundt og oplav oldtiden og området omkring. Man får en fantastisk udsigt. Download app for at se det i din smartphone.

Den korte tur 2 km
Kluden giver brugeren et indblik i herregårdens skov.

Den lange tur 5,7 km
Her kommer man til at få et kendskab til nutidens marked og nye muligheder for at se det i din smartphone. Download app for at se det i din smartphone.

Download appen: APP STORE | GOOGLE PLAY

Brugere ser nu introkortet helt tæt på.

Oldtidsskjen 4 km
Kom med baron Guldencrone rundt og oplav oldtiden og området omkring. Man får en fantastisk udsigt. Download app for at se det i din smartphone.

Den korte tur 2 km
Kluden giver brugeren et indblik i herregårdens skov.

Den lange tur 5,7 km
Her kommer man til at få et kendskab til nutidens marked og nye muligheder for at se det i din smartphone. Download app for at se det i din smartphone.

DOWNLOAD A APP-STORE | GOOGLE PLAY

Brugere ser at de har mulighed for at downloade en applikation og tager derfor deres smartphone frem.

Ønsker du at downloade appen?

Brugere skal nu beslutte om de ønsker at downloade applikationen. Brugere ønsker at downloade applikationen.

Kære ærede herskaber. Mit navn er Christian Frederik Guldencrone, og jeg var baron her på stedet indtil år 1788...

Derfor byder baron Guldencrone brugere velkomne på deres smartphone.



Brugerne bevæger sig nu afsted for at begynde deres tur rundt på Oldtidsstien.



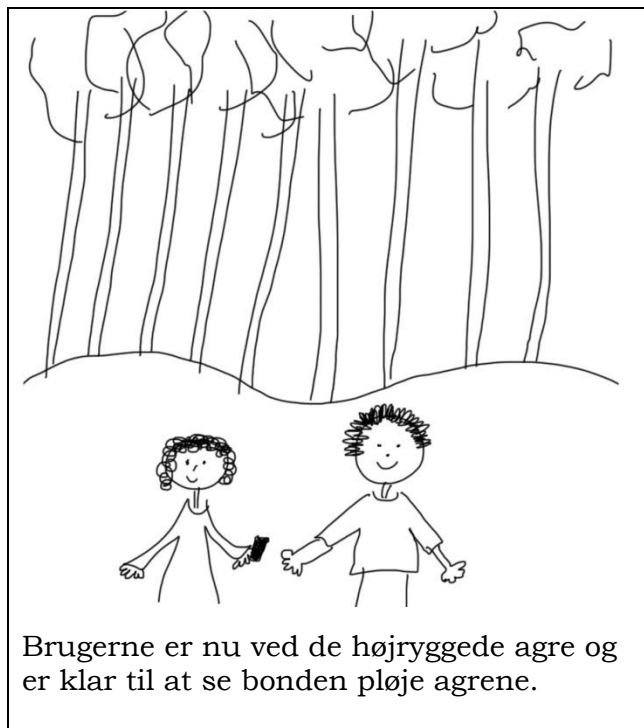
Brugerne kommer nu ind på Jens Michelsens Toft og mærker, at deres telefon vibrer da de ser stenen med solhjulet.

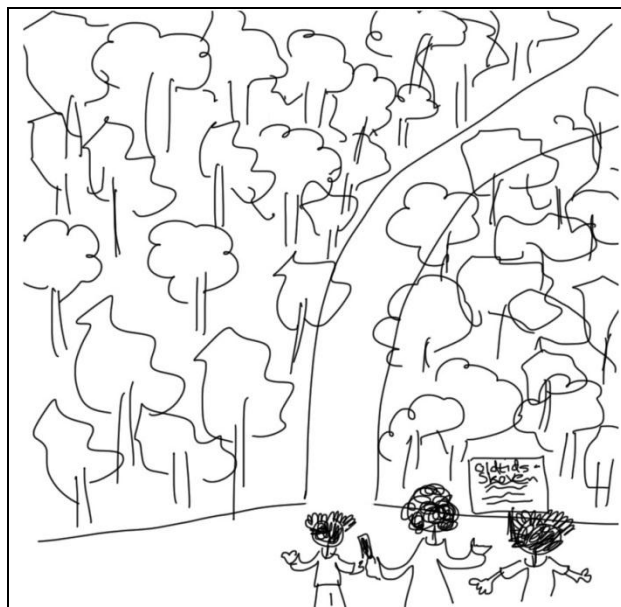


Brugerne ser derfor på deres smartphone og ser et kort over området med deres egen placering og en pop-up besked.

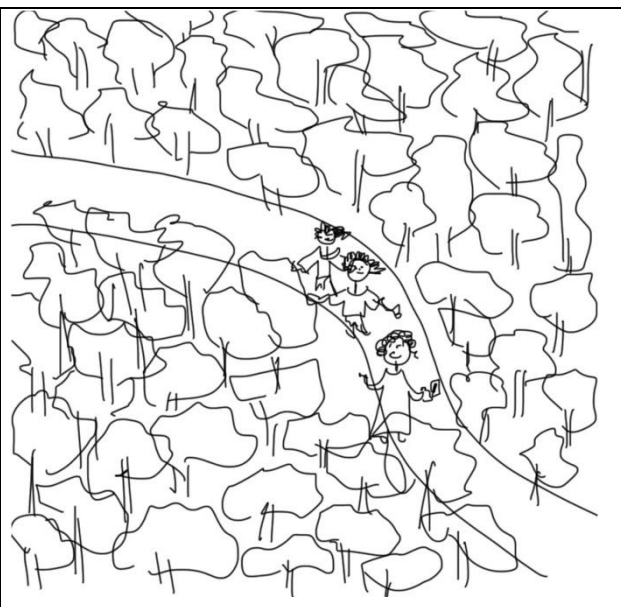


Brugerne står nu foran Kobberupkisten og er klar til at finde ud af hvilken historie der ligger bag denne.





Brugerne er nu kommet til oldtidsskoven, og her kan de ved indgangen se et skilt som giver dem et overblik over skoven.



Brugerne er nu kommet igennem Oldtidsskoven og ved nu meget mere om hvordan den danske skov har udviklet sig op gennem tiderne.

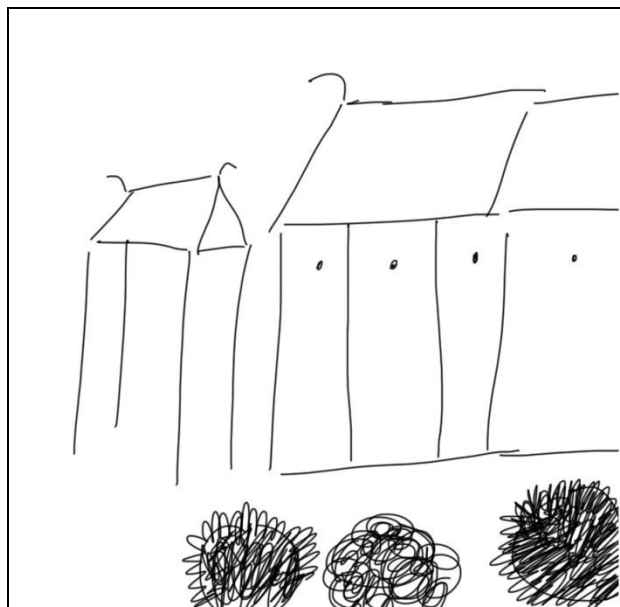


Brugerne er nu kommet hen til Langdyssen og kan her scanne en QR-kode.

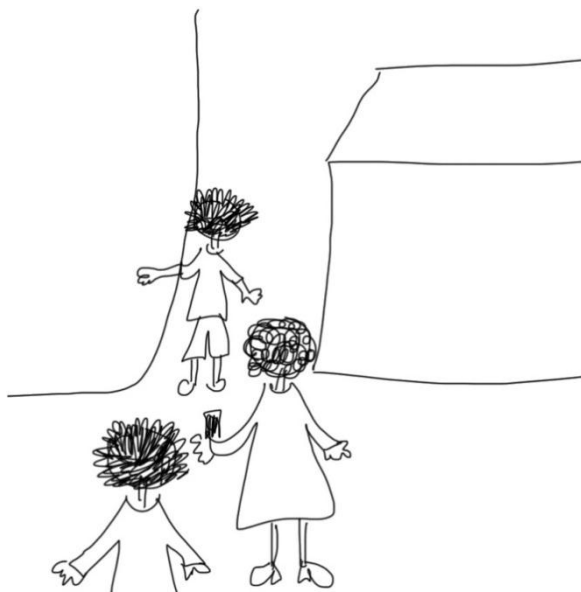


Brugerne er nu kommet hen til Fiskerhuset og kan her høre Frederikke fortælle om livet som fiskerkone.





Brugerne står nu foran Stavkirken og kan inde i kirken se hvorledes kirken så ud indvendigt tilbage i vikingetiden.



Brugerne er nu færdige med at besøge Oldtidsstien.



Tak for denne gang. Jeg håber I har haft en god tur langs Oldtidsstien, og at I har fået en fornemmelse for livet i oldtiden og et indblik...

Baron Guldencrone siger tak for denne gang og håber at brugerne har haft en god oplevelse i deres tur rundt på Oldtidsstien.



Vi kan tilbyde en udflugt om de nye vikinges
 Peter Langthor was tegt
 De tre stier:
 - Den korte tur
 - Den lange tur
 - Oldtidsstien

Brugerne er nu nået hen til slusket og kan her læse om hvilke tilbud Moesgård Museum ellers har at tilbyde.

Overordnet til konceptet

Konceptet er bygget op over forskellige teknologier, som alle er med til at formidle forskellige fortællinger om historien om monumenterne på Oldtidsstien.

Helt overordnet består konceptet af en vertikal prototype¹⁹⁷ i form af et storyboard og en detaljeret beskrivelse af oplevelsen trin for trin med dertilhørende mock-ups. Meningen med storyboardet er, at illustrere den overordnede oplevelse fra start til slut. I form af illustrationer, beskrives et scenarie af en gruppe brugere der besøger Oldtidsstien. Man følger i scenariet gruppen rundt på stien, og ser hvorledes de interagerer med applikationen på deres smartphone ved de forskellige monumenter på ruten. Pointen med den detaljerede beskrivelse er, at skildre alle de konkrete dele i hele oplevelsen trin for trin. På den måde bliver prototypen tæt på et egentligt manuskript/designforslag til, hvorledes en tur på Oldtidsstien ved brug af digitale elementer kunne se ud.

I forhold til konceptbeskrivelsen skal det nævnes, at hvis ideen på sigt skal realiseres og dermed implementeres, vil der blive ansat fagfolk i form af en tekstforfatter, en skuespiller samt en grafiker til at udarbejde indholdet. Disse skal henholdsvis stå for at skrive og indtale de endelige tekster, og udvikle det endelige design, således at dette både bliver æstetisk lækkert at se på, samt at interfacet bliver nemt at agere rundt i for brugerne af applikationen.

Konceptudkastet skal ses som et designforslag til, hvorledes historierne ude på Oldtidsstien kan formidles anderledes end den nuværende formidling formår. Det er tiltænkt, at designforslagene skal have den effekt, at formidlingen af historierne bliver mere spændende og tilgængelige for brugerne, end den nuværende formidling har formået hidtil.

Brugerne kan undervejs på ruten vælge det fra, de ikke finder interessant. Dette skyldes, at monumenterne ikke er afhængige af hinanden, så hvis brugerne vælger et af monumenterne fra i applikationen har det ikke noget at sige for den overordnede formidling.

¹⁹⁷ Hjemmeside 90

Det skal nævnes, at den nummerering vi har givet monumenterne på Oldtidsstien forudsætter, at man går en bestemt vej, således at man starter et bestemt sted. Denne nummerering følger dog blot Moesgård Museums nummerering af de forskellige elementer på Oldtidsstien.

Vi kalkulerer med, at turen på stien tager mellem 2-3 timer hvis hele Oldtidsstien følges. Dette overslag bygger på egne erfaringer.

Interaktionsformen

Tankerne bag interaktionsformen i applikationen er, at den skal være intuitiv. Derfor har vi valgt effekten med, at telefonen vibrerer og siger en lyd som en lur hver gang der undervejs på ruten, er noget som brugerne skal være opmærksomme på. Ved at hjælpe brugerne når der er noget vi finder kunne interessere dem, gøres det nemt for dem at deltage aktivt i oplevelsen rundt på Oldtidsstien.

Ydermere er tankerne bag interaktionsformen at den virtuelle guide, baron Guldencrone, fungerer som et understøttende element for brugerne under hele turen rundt på Oldtidsstien. Han hjælper brugerne i starten med at give dem en kort briefing om hvad det handler om, og han guider brugerne igennem alle monumenterne og deloplevelserne undervejs på ruten. Når brugerne er færdige på Oldtidsstien, afslutter Guldencrone med at sige tak for denne gang. På den måde er det tiltænkt, at brugerne følges hele vejen igennem oplevelsen.

Undervejs på turen er der forskellige former for opgaver hvor brugerne får mulighed for at interagere med applikationen. Her tænkes på det helt gennemgående element i form af solhjulet symbolet. Tanken bag dette er, at udvikle et symbol som relaterer sig til Oldtidsstiens tema og som fungerer som et genkendeligt element igennem hele turen. Derudover er det tiltænkt at opgaven med at tegne en elv og en dysse er eksempler på interaktionsformer i applikationen. Her skal brugerne være interaktive, idet de skal tegne på deres smartphone. Tegneprogrammet er derfor med til at brugerne skal forholde sig til indholdet undervejs på stien.

Vi finder derfor, at vi benytter os af en interaktionsfilosofi der handler om, at gøre det nemt og enkelt for brugere at interagere i applikationen. Samtidig skal

interaktionsformen gerne medføre et brugerengagement, idet de aktivt forholder sig til informationerne i applikationen.

Designstil i applikationen

Vores tanker i forhold til designstilen er, at lægge os op af andre applikationers interface. Interfacet skal i applikationen være enkel og ligetil for brugeren. Ren designmæssigt finder vi, at applikationen gerne må lægge sig op af junaio applikationen.¹⁹⁸ Denne applikation anvender AR og illustrerer fint eksempler på hvorledes en applikation der anvender AR kunne se ud.



Oplevelsesdesignet

I forhold til oplevelsesdesignet har vi i udviklingen af konceptet overvejet hvilke virkemidler vi benytter i designet. Først og fremmest forsøger vi at vække brugernes opmærksomhed ved et stort skilt oppe ved Moesgårds hovedbygning. Dernæst forsøger vi at fastholde brugernes opmærksomhed under hele ruten ved, at den virtuelle guide opretholder en samlet fortælling der kobler alle delelementer som brugerne oplever på deres tur. Ved at benytte os af en applikation til at formidle indholdet af Oldtidsstiens indhold er vores forhåbning, at oplevelsen i brugernes øjne skiller sig ud fra andre lignende naturoplevelser og dermed giver brugerne en følelse af at have oplevet noget unikt, der gav dem en ny form for oplevelse.

Hermed finder vi, at vi i udarbejdelsen af en ny oplevelsesmulighed på Oldtidsstien med inddragelse af et digitalt fundament koblet med historiske levn, opnår et virkemiddel der skaber en spændende kombination og dermed potentielt skaber muligheden for at give brugerne en ny og interessant måde at forstå oldtiden på.

¹⁹⁸ Hjemmeside 91

Gennemgående teknologi i konceptet

For at undgå gentagelser i konceptbeskrivelsen, forekommer der i dette afsnit en beskrivelse af den teknologi, der gennemgående anvendes i konceptet ved de forskellige monumenter i turen rundt på Oldtidsstien.

Et næsten fast element ved samtlige monumenter, samt oplevelserne undervejs på ruten, består i at når brugerne kommer tæt på et monument eller en af oplevelserne undervejs langs ruten, som vi har inddraget i konceptet, vil deres telefon vibrere og sige en lyd som en lur. Intentionen bag lyden er, at den skulle være en lille sjov gimmick. Det skal dog understreges, at der ikke er tale om en høj og irriterende lyd for omgivelserne, således at lydstyrken skal være på samme niveau og længde som en sms-lyd. Funktionen med vibrationen og lyden har til formål at gøre brugerne opmærksomme på, at de skal kigge på applikationen på deres smartphone. Grunden til at det er lyden fra en lur, er at en lur var et blæseinstrument, der kan dateres tilbage til bronzealderen.

Vibrationen og lyden sker via en kontekstbevidst tjeneste. Samtlige af Oldtidsstiens monumenter og elementers GPS-position er registreret i applikationen. Derfor kan GPS-programmet i telefonen registrere, hvilken GPS-position der er nærmest, hvor brugerne befinder sig. Det skal dog nævnes, at der ved GPS-positioner altid kan være en anelse unøjagtighed i form af nogle meters afstand i forhold til det eksakte sted. Det er vores forhåbning, at brugerne ude på Oldtidsstien kan se, hvad det er der er tiltænkt, de skal være opmærksom på, når deres telefon vibrerer og siger lyde ude på stien. Endvidere får de også informationer om, hvad det er de kan opleve via en pop-up besked, som kommer frem på deres telefon.

Ved nogle af elementerne skal brugerne scanne en QR-kode¹⁹⁹ for at aktivere pop-up beskeden og få yderligere informationer om dette element på Oldtidsstien. Informationerne i QR-koderne, der er på Oldtidsstien, er kodet direkte ind i QR-koden, med mindre disse indeholder film. Dette skyldes, at der i en QR-kode er begrænset med plads. Derfor er det nødvendigt, at QR-koder, der indeholder film, enten hentes ned fra internettet eller ligger som data i applikationen. Da man i forhold til applikationer også skal være opmærksom på datamængden, vil QR-koder med filmsekvenser blive downloadet fra internettet, så dette ikke gør applikationen

¹⁹⁹ Definitionen af QR-koder p. 44

for ”tung”. Hvis applikationen er for ”tung” og dermed indeholder en stor mængde data, fylder den meget på brugernes smartphone, når de downloader den. Endvidere vil det tage lang tid for brugerne at hente den ned fra internettet, samtidig med at den vil være langsommere at arbejde med undervejs på ruten.

Fordelen ved dette er, at applikationen ikke skal indeholde den mængde data, som skal formidles, og samtidig sparer brugerne penge på roaming-takster, idet dataen ikke er koblet op på en internetforbindelse. Disse QR-koder er placeret på skilte, som står rundt på stien. Endvidere vil der blive anvendt AR²⁰⁰ på flere niveauer undervejs på ruten, både via mobiltelefonen og fastmonterede skærme.

Gennemgående er det baron Christian Frederik Guldencrone, der formidler historien igennem fortællinger til brugerne om, hvad de ser på turen rundt på Oldtidsstien. Hans stemme er indtalt af en professional skuespiller.

Undervejs vil der være forskellige audiofortællinger. Endvidere bliver der indtalt en stemme som voice-over, som foregår samtidig med AR-formidlingen på skærmen, hvilket skal bidrage til en bedre formidling. Dermed skal brugerne ikke først se AR på skærmen og dernæst læse om, hvad de har set, men når der bliver indtalt en stemme, bliver det en mere helhedsorienteret oplevelse.

Ved en opgave der bliver stillet ved den revolutionære runesten, lyser runerne op, og dette sker via billedgenkendelse, som er indbygget i applikationen.

Ved de to fastmonterede skærme, i henholdsvis Tustruphuset og stavkirken, er der fastmonteret et kamera på skærmene. Således bliver den virkelige verden gengivet på skærmen via det fastmonterede kamera, og der lægges yderligere et virtuelt lag ovenpå gengivelsen af virkeligheden, hvilket sker gennem AR. Dette kunne muliggøres gennem Layar-applikationen²⁰¹ som værktøj.

Endvidere skal det nævnes, at den form for AR der anvendes i konceptet, ikke kan kategoriseres som hverken closed-viewed²⁰² eller see-through²⁰³ AR. Dette skyldes, at teknologien der anvendes i konceptet foregår via en smartphone, og typologierne

²⁰⁰ Definitionen af AR beskrives p. 34-41

²⁰¹ Definition af Layar p. 44

²⁰² Se mere p. 41

²⁰³ Se mere p. 41

closed-viewed og see-through AR er udviklet til HMD. Idet den slags AR vi benytter er en kobling af dele fra begge typologier, skabes der hermed en ny hybrid.

I de opgaver hvor brugerne har mulighed for at tegne, anvendes der et gratis tegneprogram som samarbejder med applikationen. Tegneprogrammet downloades samtidig med applikationen til oplevelsen på Oldtidsstien.

Monumenterne på Oldtidsstien

I dette afsnit vil vores konceptforslag blive præsenteret. Konceptforslaget er tiltænkt som en slags drejebog for, hvorledes en digital tur rundt på Oldtidsstien kunne se ud. For at guide brugerne igennem oplevelsen vil der i applikationen være en virtuel guide, som vil være synlig for brugerne igennem hele turen rundt på stien, og derfor er intentionen med guiden at sørge for, at brugerne får en samlet fornemmelse/oplevelse af turen rundt på Oldtidsstien.

Fortælleren

Tag med på et tilbageblik i oldtiden hvor baron Christian Frederik Guldencrone vil være jeres virtuelle guide. Christian Frederik Guldencrone var manden bag Moesgårds hovedbygning, og familien Guldencrone var bosiddende på Moesgård fremtil år 1821.²⁰⁴ Den tidligere godsejer ved derfor meget om historierne tilknyttet Moesgård, og er derfor den oplagte guide til at give brugerne en fornemmelse af livet i oldtiden, og historierne der knytter sig til Moesgård og området omkring herregården.

Når brugerne har downloadet applikationen, vil de inden for kort tid modtage en lille præsentationsvideo, hvor baron Christian Frederik Guldencrone giver brugerne en kort introduktion af sig selv og hans historie:

Kære ærede herskaber. Mit navn er Christian Frederik Guldencrone, og jeg var baron her på stedet indtil år 1788. Herefter tog min søn Baron Frederik Julius Christian

²⁰⁴ Fyhn 2006a:10-11

Güldenchrone over og var baron på stedet indtil 1821, hvor familien gik fallit. Sammen med min familie fik jeg opført Moesgårds herregård i 1778. Jeg nød at bo her på Moesgård, og gennem årene opnåede jeg en stor viden omkring området og kender derfor til mange små historier, der knytter sig til fortiden, da jeg altid har været fascineret af historiens små mysterier. Jeg vil derfor gerne gøre jer selskab på jeres tur rundt på Oldtidsstien.

Så hvis I har lyst til at have selskab af mig rundt på stien, skal I være velkomne.



Jens Michelsens Toft - Solhjulet

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Brugerne kommer ind på den aflukkede mark, hvor der bl.a. går får. På marken er der forskellige sten og kister mm. En af disse sten har påtegnet et religiøst symbol af solhjulet fra bronzealderen.

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Da brugerne nærmer sig stenen med solhjulet mærker og hører de lyden fra deres smartphone. De kigger derfor på deres smartphone og ser en pop-up besked, hvori der står:

I står nu på Jens Michelsens Toft. Her vil jeg fortælle jer lidt om solhjulet, som var et religiøst symbol i bronzealderen. Tryk på solhjulet for at høre mere. ☺



205 206

Hvis de har trykket på solhjulet kommer dette frem:

²⁰⁵ Hjemmeside 76

²⁰⁶ Fyhn 2006b: 41

Solhjulet er et religiøst symbol fra bronzealderen og ses ofte på helleristninger. Helleristninger er symboler og billeder, som er hugget ind i sten, som stenen I ser foran jer. Solhjulet bliver også kaldt et hjulkors og ligner et ligearmet Kors, der er inde i en cirkel.



207

Monument 1 – Kobberupkisten fra Skive (gravkammer fra bondestenalderen)

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

På Jens Michelsens Toft er der yderligere en genstand, og denne stammer fra bondestenalderen. Brugere kommer nu hen til Kobberupkisten fra Skive som det første monument på deres tur. Iblændt de forskellige grave lever får på marken. Når brugerne går ind på marken, har de mulighed for at læse et skilt hende ved gravkammeret.



Brugere har ved denne oplevelse muligheden for at læse tegneserien omkring fundet af Kobberupkisten.²⁰⁸

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Telefonen vibrerer, da brugerne nærmer sig Kobberupkisten.

Da de kigger på skærmen er der en pop-up besked som fortæller:

Her på Jens Michelsens Toft gemmer der sig flere historier fra fortiden. Som I kan se

²⁰⁷ Hjemmeside 35, 38 og 39

²⁰⁸ Foto er fra eget arkiv

rundt om jer er marklandskabet fyldt med sten. Det I ser foran jer er et gravkammer fra år 2800-2400 f.Kr., som var den sene bondestenalder, og gravkammeret blev fundet ved et rent tilfælde i Kobberup nær Skive i 1966. Jeg har taget mig friheden at lave en lille tegneserie om gravkammeret, den kan I høre mere om ved at trykke på solhjulet. ☀

209

Nedenstående mock-ups af den beskrevne tegneserie består af tekst og tilhørende fotos, da udarbejdelsen af en reel tegneserie ville være meget ressourcekrævende tidsmæssigt. Såfremt at konceptet skal implementeres, ville en grafiker udføre det grafiske layout til en sådan tegneserie.







210

²¹⁰ Hjemmeside 34

Undervejs på stien – Højryggede agre


Kort beskrivelse af hændelsesforløb

På turen efter marken kommer brugerne ind i skoven forbi de højryggede agre. Der er ingen skilte i nærheden omkring hvad højryggede agre er, og derfor kan man via applikationen læse information omkring historien bag højryggede agre, og man kan se en kort sekvens med AR hvor bondemanden pløjer agrene, som man gjorde i gamle dage.

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Telefonen vibrerer da brugerne kommer ind i skoven og nærmer sig de højryggede agre.

Da de kigger på skærmen, er der en pop-up besked som fortæller:

Hej igen! Det som I nu går forbi er højryggede agre. Hvis I trykker på solhjulet,  kan jeg fortælle mere om de disse marker, som de var dengang min familie og jeg boede på Moesgård herregård.



Hvis brugerne trykker på solhjulet symbolet, ser de denne tekst boks:

Betegnelsen agre er et gammelt ord for mark. Kendetegnet ved en ager er, at den altid er lang, smal og højest på midten. De lange agre var praktiske når mine folk skulle pløje med den tunge hjulplov. Metoden blev anvendt helt op til år 1800, hvor min søn havde overtaget Moesgård for længst. Da agrene var højest på midten, fik de tilnavnet højryggede agre.²¹¹

Hvis I trykker på solhjulet ☀ vil I kunne se, hvorledes mine bønder pløjede de højryggede agre, som man gjorde på min tid.

Brugerne kan nu holde telefonen op mod de højryggede agre, og se en AR sekvens på deres smartphone af en virtuel bonde, som pløjer de højryggede agre, som man fysisk

²¹¹ Hjemmeside 36

står og kigger på. På den måde kan brugerne få en fornemmelse af, hvorledes disse agre fungerede før i tiden.²¹²



213

Ovenstående mock-up er blot en tegning. Pointen med tegningen er, at illustrere hvorledes brugerne på deres smartphone, vil kunne se en virtuel bonde der pløjer på den virkelige mark, som i gamle dage var de højryggede agre, brugerne står på.

Undervejs på stien - Giberå

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Efter de højryggede agre kommer brugerne ned til Skovmøllen, som ligger ved Giberå. Her er der ved broen et skilt, hvor der er indtegnet en QR-kode på skiltet, som fortæller lidt om Giberå. Brugerne kan scanne QR-koden og der gennem få fortalt nogle historier om, hvad Giberå bl.a. er blevet brugt til gennem tiderne.

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Når brugerne har scannet QR-koden kommer denne boks frem på deres smartphone:

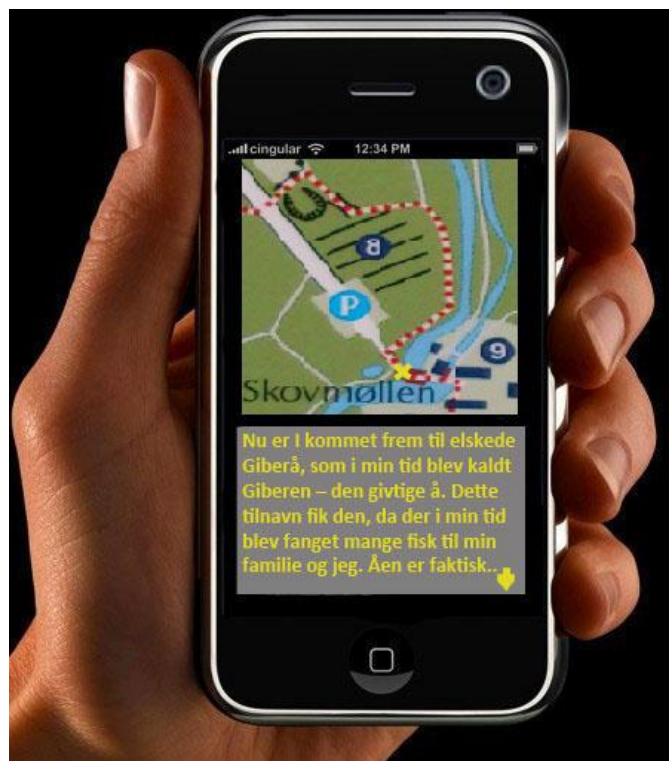
²¹² Hjemmeside 37

²¹³ Hjemmeside 53

Nu er I kommet frem til elskede Giberå, som i min tid blev kaldt Giberen – den givtige å. Dette tilnavn fik den, da der i min tid blev fanget mange fisk til min familie og jeg. Åen er faktisk lidt imponerende, for på trods af dens korte længde på 12,5 kilometer, har den på et tidspunkt formået at forsyne op til tre møller med energi. Jeg har hørt, at Skovmøllens mølleværk stadig er intakt, men at stedet i dag primært fungerer som restaurant. I kan faktisk stadig den dag i dag se hvordan korn bliver malet i Møllen. Skovmøllen er det hyggelige bindingsværkshus I ser foran jer lige nu, og har ligget der siden 1680'erne.

Tryk på solhjulet ☀ for mere information om Giberå.

214



Hvis brugerne trykker på solhjulet kommer denne boks frem:

Man kan fange fisk i Giberå. Kan I mon gætte hvilken fisk det kan være?

A: Ørreder

B: Skrubber

C: Ål

²¹⁴ Hinge et al 2007: 3

Når I har et bud, kan I trykke på solhjulet ☺

Når de har trykket på solhjulet kommer denne boks frem:

Det rigtige svar er ørreder.

215

Monument 2 – Dyssen på marken

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Efter brugene har gået over Giberå og er kommet forbi Skovmøllen, nærmer de sig monumentet – Dyssen på marken. På skiltet kan brugerne igen se en QR-kode. Hvis de scanner denne, vil de modtage en lille virtuel filmsekvens, hvor Guldencrone fortæller om, hvordan dyssen så ud indvendigt og udvendigt, dengang den blev bygget i 3500 f.Kr..

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs



216

Når brugerne har scannet QR-koden, får de i første omgang denne tekstboks frem på deres mobil:

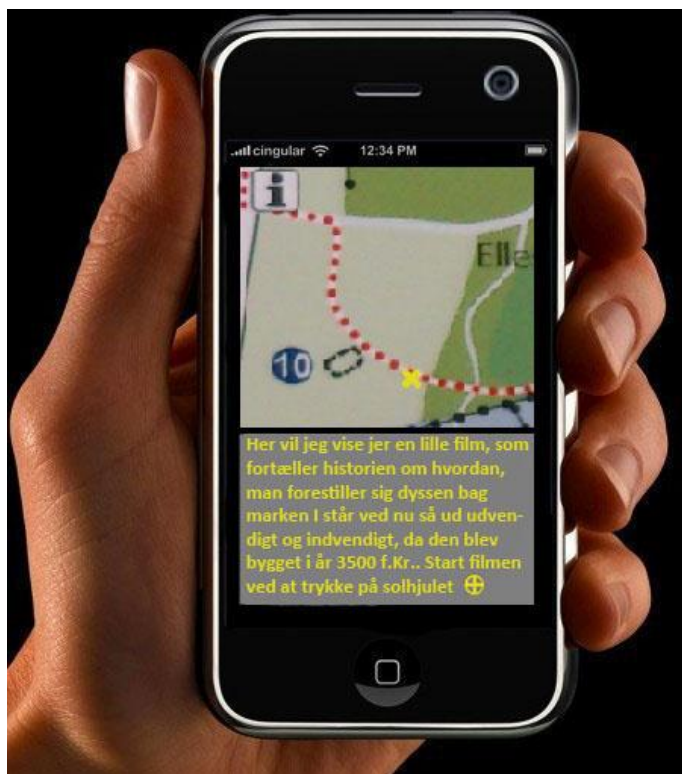
Her vil jeg vise jer en lille film, som fortæller historien om hvordan, man forestiller sig

²¹⁵ Fyhn 2006b: 16

²¹⁶ Foto er fra eget arkiv

dyssen bag marken I står ved nu så ud udvendigt og indvendigt, da den blev bygget i år 3500 f.Kr..

Start filmen ved at trykke på solhjulet ☀



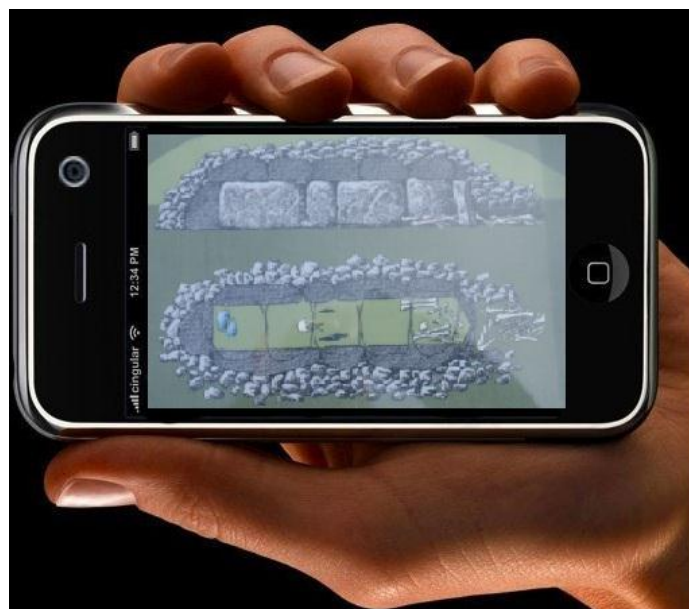
Nedenstående er manuskriptet til den video brugerne skal se, og således ikke tekst de vil kunne læse på deres skærm, men historien om dyssen, som Gùldenchrone fortæller.

Nu skal I høre lidt om gravhøjen fra bondestenalderen. Der er en "indgang" til dyssen, som er markeret af to stående sten med cirka 50 cm imellem hver. Indgangen er omme på dyssens bagside, i forhold jeres placering lige nu. Hvis I går derhen, vil I kunne se de to stående sten, som markerer den tidligere indgang.

Da Moesgård Museum gravede højen ud, var den meget ødelagt. Dette betød, at man ikke fandt ret mange spor efter det oprindelige stenbyggede gravkammer, der blev bygget for mange tusinde år siden. I dag er mange af de store sten fra dyssen fjernet og man gætter på, at de er blevet anvendt til byggeri. Dette kunne bl.a. være til

Skovmøllen. Det eneste som Moesgård Museum fandt, var enkelte potteskår og ravperler. Disse genstande vidnede om de gamle begravelser der muligvis har fundet sted i denne dysse. Desuden fandt man under højen nogle rester fra en boplads fra bondestenalderens begyndelse (ca. 3900 f.Kr.). Denne boplads har haft en flot beliggenhed i forhold til kysten, Giberå og skov lige ved siden af.

Nedenfor ser I en tegning af hvorledes man forestiller sig at dyssen på marken så ud da den blev bygget både udvendigt og indvendigt.



217 218

Undervejs på stien – Ellesumpen

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Efter at brugerne har besøgt dyssen på marken, kommer de hen til Ellesumpen. Da der er tale om en sump, bevæger man sig derfor på en gangbro og går igennem Ellesumpen på denne. De kan på deres telefon læse historierne om elletræerne og historien om elverfolket.

²¹⁷ Fyhn 2006b: 19-20

²¹⁸ Billede i iPhone er fra eget arkiv

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Da telefonen vibrerer, kigger brugerne på deres mobil og ser en pop-up besked og fortæller Guldencrone:


I befinder jer nu midt i Ellesumpen. Det er derfor I går på en gangbro. Træerne omkring jer er elletræer, og deres rødder står i vand. Elletræer er faktisk de eneste træer som kan tåle at stå i vand. En anden speciel ting ved elletræer er, at hvis stammen skæres over eller knækker, dannes en såkaldt "elletrunte". Denne "elletrunte" kan på afstand ligne et menneskelignende væsen. Dette kan måske være årsagen til, at der er mange myter og saun vedrørende overnaturlige ting forbundet med ellesumpe.

Dette minder mig om dengang, en af mine karle på min herregård forsøgte at lokke en af de unge tjenestepiger i fordærv ude ved Ellesumpen i en skumringstime. Det mislykkedes dog for ham, da hun blev skræmt fra vid og sans, da hun var overbevist om at hun så en elverpige, som i virkeligheden bare var stammen af et elletræ.

Et gammelt sagn går på, at elverfolket boede i elletræernes rødder. Det er også derfra, at elverfolket har deres navn fra. Der går desuden også et gammelt rygte om, at mennesker ikke må fælde elletræer (og pilebuske) til at bygge til dem selv, idet det vil bringe dem ulykke.

Et lille digt lyder:

*Den der bygger af el eller pile
finder hverken ro eller hvile*

Hvis I har lyst til at læse mere om elverfolket kan I trykke på solhjulet 

219 220

²¹⁹ Fyhn 2006b: 21

²²⁰ Hjemmeside 46



Hvis brugerne trykker på solhjulet symbolet ser de denne tekst boks:

Elverfolket kaldes også ellefolket. Deraf ses ligheden med Ellesumpen. Ifølge dansk overtro boede elverfolket ude i skove, moser eller høje. Man kan finde historier på elverfolket helt tilbage til den nordiske tro på alfer, hvor alf og elv betyder det samme. Man siger om elverfolket, at de forlokker folk og gør dem elleskudt (vanvittige).

Spørgsmål:

Hvilket kendt skuespil handler om elverfolket?

Når I har overvejet det, kan I trykke på solhjulet ☀

A: Elverkongen

B: Elverpiger

C: Elverhøj

Det rigtige svar er:

C: Elverhøj.

Elverhøj er et romantisk skuespil som er skrevet af J. L. Heiberg. Det blev første gang opført på Det kongelige Teater i 1828.

På Moesgård blev det livligt diskuteret blandt herskabet og tjenestefolkene, hvorledes elverne egentlig ser ud?

Jeg er nysgerrig efter at se jeres bud på hvordan en elverpige eller elverdrenge ser ud.

Når I har tegnet jeres elv, kan I oploade jeres tegning i applikationens database.

Ved at trykke på solhjulet nede i højre hjørne kan I se andre besøgendes versioner.

222

Her kommer et skærbillede af, hvorledes brugerne kan tegne deres version af en elv.

Disse tegninger gemmes som en del af applikationens data.



Her kommer et skærbillede af hvordan nogen synes en elv ser ud.



223

Undervejs på stien - Oldtidsskoven

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Efter brugerne har været igennem Ellesumpen, kommer de hen til Oldtidsskoven. Ved starten af denne del af skoven er der et skilt, som viser et oversigtskort over de fem forskellige skovperioder som er i Oldtidsskoven. Her kan brugerne danne sig et overblik over hvad Oldtidsskoven indeholder. De kan på skiltet læse, at der er mulighed for uddybende oplysninger på forskellige steder rundt i skoven. Brugere kan nu gå ind i Oldtidsskoven, og de vil undervejs få uddybende oplysninger om de forskellige perioder i skovens udvikling på deres smartphone.

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Da telefonen vibrerer første gang, kigger brugerne på deres mobil og ser en pop-up besked som fortæller:

I er nu kommet ind i Oldtidsskoven. Tilbage i min tid var der primært bøgeskov i området omkring min herregård. Dette har siden hen ændret sig. Moesgård Museum fik i 1963 plantet fem forskellige perioder af skoven. Tanken bag skoven er, at vise udviklingen i

Danmarks skove gennem de sidste mange årtusinder. Disse strækker sig fra år 9550 f.Kr. og frem til i dag. Jeg skal nok gøre jer opmærksomme på når I kommer til en ny periode.



Güldenchrone fortæller kort om Birke-fyrretiden:

Faktisk står I allerede nu i Birke-fyrretid som er ældgammel – helt tilbage fra før mig tid 9550-8250 f.Kr.. Det var den første skov-periode i Danmark efter istiden, som sluttede for små 15.000 år siden. Hvis I kigger op kan I se at skoven er åben og hvis I kigger ned vil I se forskellige græsser og urter i skovens jordbund, som var meget kendetegnende for denne periode. Træsarterne der fandtes dengang var birk, pil, skoufyr og røn.

I får her nogle billeder af de fire forskellige træsorter. Så kan I se, om I kan finde de forskellige træsorter rundt omkring jer.

God fornøjelse!

<p><i>Birk</i></p> 	<p><i>Pil</i></p> 	<p><i>Pil i blomst</i></p> 
<p><i>Skovfyr</i></p> 	<p><i>Røn</i></p> 	

I denne tid var det bl.a. hjortevildt, urokser og elsdyr som levede i de danske skove. Til højre på skærmen kan I se hvordan disse dyr så ud:

<p><i>Hjortevildt</i></p> 	<p><i>Urokse</i></p> 	<p><i>Elsdyr</i></p> 
---	--	--

224

Brugerne går videre og mærker endnu en besked komme ind på deres telefon, hvor Guldencrone fortæller om den næste skov-periode hassel-fyrretid:

Nu befinder I jer i hassel-fyrretid som var fra 8250-7500 f.Kr.. Denne periode bød på varmere vejr til Danmark, hvilket betød at den åbne skov blev mere mørk. Skoven var nu dækket af den grå og mange stammede hassel, den hvide birk og så den majestætiske fyr. Som tiden gik kom der flere træsorter til og efterhånden havde man

²²⁴ Fyhn 2006b: 22-23

elm, eg, ask og rødæl.

Hassel



Hvide birk



Fyr



Elm



Eg



Ask



Rødæl



Nu har I set billeder af de nye træsorter i hassel-fyrretidsperioden. Kan I se nogle af træerne rundt omkring jer?

I kunne evt. lave en lille intern konkurrence om, hvem af jer der kan finde flest af de

nævnte træsorter i denne skovdel. I får f.eks. 5 min. for jer selv, og så skal I mødes igen og se hvem der har fundet flest af de træer som er blevet nævnt.

De nye træsorter og det varmere klima betød også, at der begyndte at leve andre dyr i Danmark. Bl.a. betød den tættere skov at dyr som bison, vildheste, urokser og elge havde gode levesteder i Danmark.

Her kan I se nogle billeder af en bison, elg og en vildhest. Urokser blev vist i den foregående periode og bliver derfor ikke vist igen.

Bison



Elg



Vildhest



225 226

²²⁵ Fyhn 2006b: 23

²²⁶ Hjemmesider 55-71

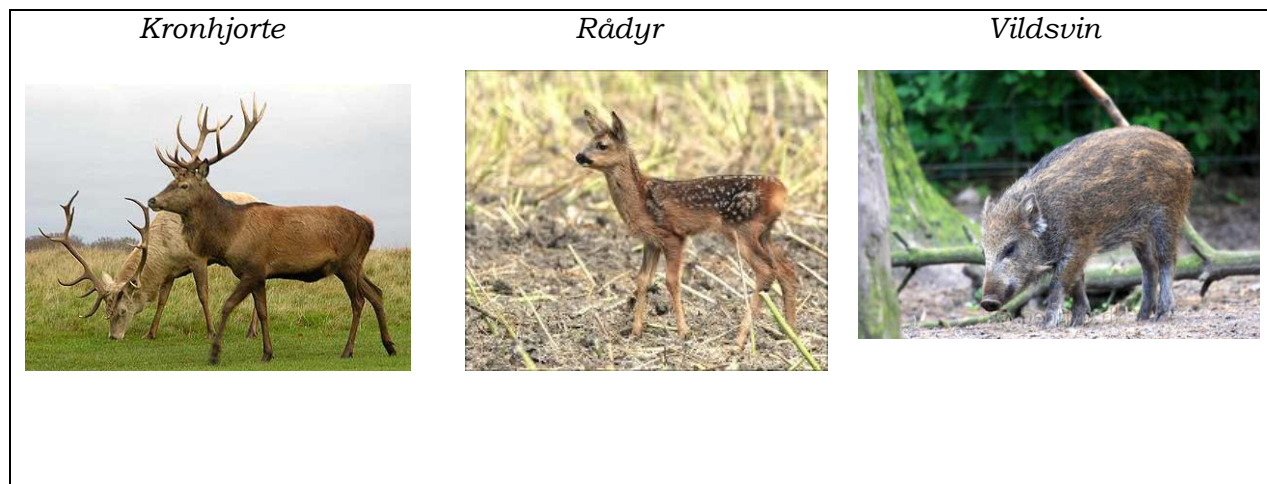


Brugerne går videre og mærker endnu en besked komme ind på deres telefon, hvor Gùldenchrone fortæller om ældre lindetid:

I befinder jer nu i den ældre lindetid som dækker perioden 7000-3800 f.Kr.. Denne tid, er som navnet antyder, domineret af lindetræerne. Dog vokser der også eg og elm stadigvæk. De mange lindetræer betød, at skovene var meget skyggefulde hvilket betød, at der var begrænset mængder af græs og urteflor i jordbunden.

Der var dog lysninger i den skyggefulde skov. Disse blev bl.a. holdt nede af græssende heste og dådyr.

I den tætte del af skoven levede dyr som kronhjorte, rådyr og vildsvin. Dette minder mig om dengang jeg var på jagt med mine sønner, og jeg endelig fik ram på det berygtede vildsvin, som vi havde jagtet i årevis. I kan tro det smagte godt!



227 228

Brugerne går videre og mærker endnu en besked komme ind på deres telefon:

I er nu ved at være dybt inde i oldtidsskoven. Perioden I befinder jer i, kaldes yngre lindetid og gælder i perioden 3800-700 f.Kr.. Denne tid var lidt varmere end vi har det i dag og tidens dominerende træ var egen.

Omkring 3900 f.Kr. opstod de første landbrug i Danmark. Dette medførte at der blev brændt en del træer, så der blev plads til landbruget.

Landbrugets indtrængen medførte desuden at naturens dyreliv fik konkurrence fra menneskenes husdyr såsom køer, får, geder og heste.

I tiden omkring 1500 f.Kr. begyndte bøgen at invadere de danske skove. Samtidig var Danmark ved, at være et land der var kendetegnende ved sine store åbne landskaber med marker, overdrev og heder.

Bøg

227 Fyhn 2006b: 23

228 Hjemmesider 72-74

229 230

Brugerne går videre og mærker endnu en besked som Guldencrone fortæller om bøgetid:

Den sidste periode i oldtidsskoven er her hvor I befinder jer nu og den kaldes bøgetid og startede i 700 f.Kr. og det er den periode I stadig lever i i dag. I denne periode erobrede bøgen de danske skove. Grunden til at skoven ændrede sig, var fordi klimaet i jernalderen igen blev en anelse koldere og dette medvirkede til, at bøgen blev den dominerende i skoven. Hvis I ser rundt i skoven kan I foruden bøgen se ege- og elmetræer, som også begyndte at spire op på denne tid.

231

Monument 3 - Langdyssen på strandmarken

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Efter turen i oldtidsskoven er brugerne nu kommet frem til langdyssen på strandmarken tæt på havet. De har tidligere på ruten set andre former for dysser, så derfor vil denne oplevelse ikke handle så meget om ny information, men mere om at for brugerne i spil. De får muligheden for at tegne en dysse, hvis de selv skulle bygge en.

²²⁹ Fyhn 2006b: 24

²³⁰ Hjemmeside 75

²³¹ Fyhn 2006b: 24

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs Brugerne kommer hen til denne langdysse og ser et skilt, som står foran dyssen.



232

På skiltet er der en QR-kode som brugerne kan scanne, og dermed fremkommer der dette på deres skærm:

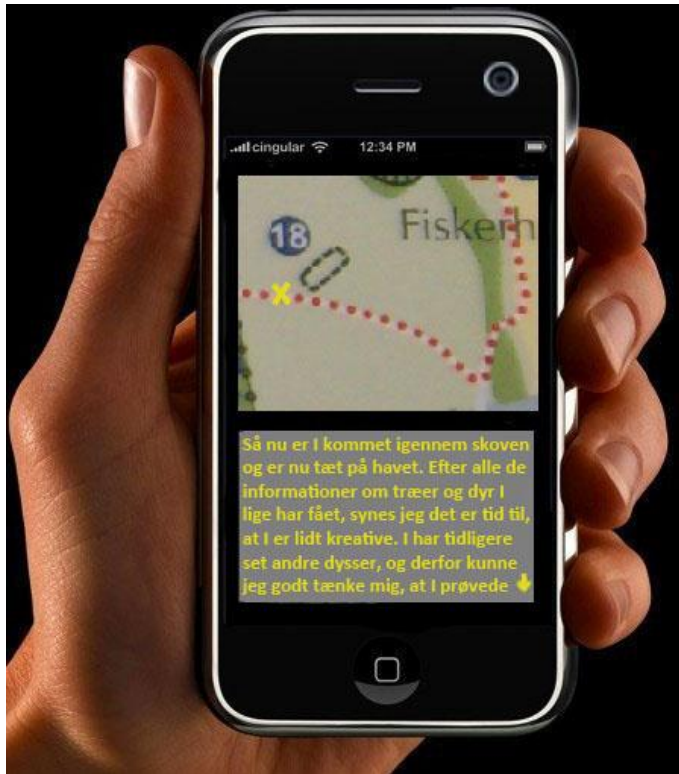
Så nu er I kommet igennem skoven og er nu tæt på havet. Efter alle de informationer om træer og dyr I lige har fået, synes jeg det er tid til, at I er lidt kreative. I har tidligere set andre dysser, og derfor kunne jeg godt tænke mig, at I prøvede at tegne jeres version af en dysse. Jeg synes dog lige at I skal have nogle informationer om denne langdysse. Den langdysse I ser foran jer, er fra bondestenalderen og har to stenbyggede gravkamre. Ud fra gravgaver kan man se, at langdyssen er blevet anvendt til begravelser i mere end 1500 år.

I har nu, efter jeres tur rundt på Oldtidstien, fået et lille indblik i hvordan forskellige dysser har set ud. Derfor kunne det være interessant at se, hvordan jeres dysse skulle se ud, hvis I skulle bygge en.

Hvis I har lyst til at tegne lidt, kan I trykke på solhjulet ☀

233

232 Foto fra eget arkiv



Hvis brugerne har trykket på solhjulet kommer dette skærmbillede frem på brugernes



smartphone:

Monument 4 – Fiskerhuset

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Dette er Oldtidsstiens fjerde monument, men er egentlig ikke en del af oldtidens historie. På trods af dette, findes fiskerhuset interessant i forhold til historien med skoven og Moesgård herregård. Güldenchrone fortæller omkring livet som fisker i gamle dage, og brugerne kan høre den tidligere fikserkone Frederikke fortælle om livet i Fikserhuset og på havet.

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

På brugernes smartphone kommer følgende pop-up besked hvor Güldenchrone fortæller:

Det hus I ser op på er fiskerhuset som er fra 1856, som var langt efter min families tid på Moesgård. Huset blev bygget af den nye ejer af Moesgård – Thorkild Christian Dahl. Thorkild ville gerne have en fisker tilknyttet Moesgård herregård, så herskabet kunne nyde godt af nyfangede fisk, som blev tilberedt til herskabet på herregården, det de ikke kunne fortære blev solgt videre.

I huset boede fiskeren Jørgen Pedersen Bonde og hans familie. Fiskeren fangede både fisk i havet og i Giberå. Derudover skulle han passe herregårdsparkens karpedamme som blev anvendt som yngelforstræksdamme. Livet som fisker var ikke altid nemt og bestemt heller ikke ufarligt. I 1860 døde fiskeren ud for Ørnereden.

Ved fiskerhuset stod der altid en stige op til husets loft. Dette var for de vejfarende som kom forbi, og som havde brug for et sted at overnatte. På den måde viste vejfarende, at hvis de kom forbi disse kanter, var der altid mulighed for en overnatning på loftet i fiskerhuset.

Her ser I et billede af fiskerhuset og den omtalte stige op til loftet.




Fiskerhuset med stigen ved Giber årens udløb i Kattegat

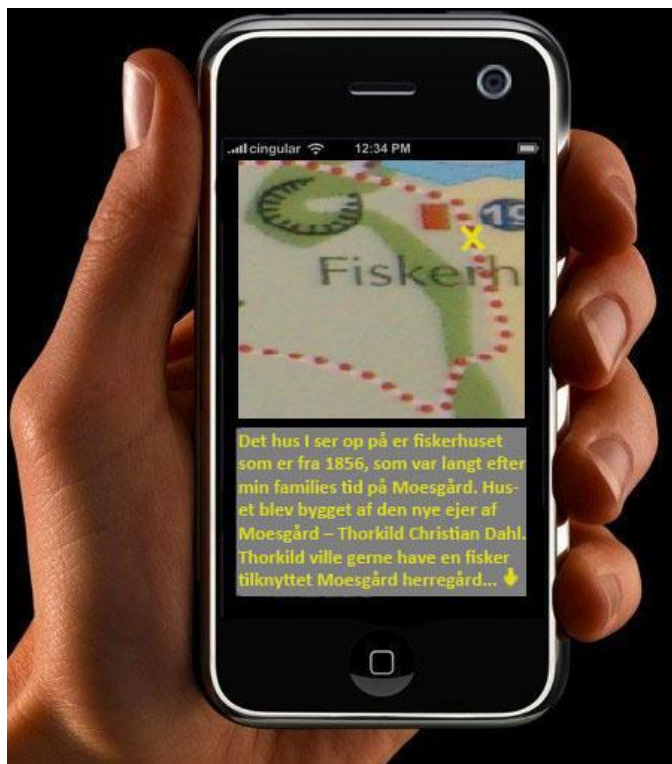
Siden boede der andre fiskefamilier i huset. En af dem var familien Vestergård.

Fiskerkonen Frederikke Vestergård boede i fiskerhuset i årene 1935-1979.

For at høre Frederikke fortælle om livet i fiskerhuset ved Moesgård.

Ved afspil – tryk her 

234 235



Fiskerkonen Frederikke fortæller om livet i fiskerhuset og på havet, som er en audiofortælling med illustrerende billeder af familien Vestergård og Fiskerhuset:

"Vi fulles jo gerne ad ud at fiske, Søren og mæ, ja, ja, det var da sommetider han hade en anden jen mæ, at a blev hjem'. Der var engang at a had' jen mæ fra Fløjstrup, og da vi var kommet en halv snes favne ud. sø han: "Nu ka' a it se bunden længer!" – "Ha, du ska' møj længer' ud. Du ska ud, hvor den kornsilo inde på havnen står lige ud for vandtårnet, det er der, fiskene de er, det passer lige." Det var vores sigtemærker. Det lærer jo en at kenne. Da vi kom ind sø han: "A går aldrig ud og sejl med hende mer'!!!"



236

²³⁴ Hjemmeside 40, 42 og 43

²³⁵ Hjemmeside 41

²³⁶ Hjemmeside 44 og 45

Imens Frederikke snakker, vises der et billede af Søren og Frederikke.

Monument 5 – Tustruphuset – et kulthus fra bondestenalderen

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Brugerne kommer nu forbi Oldtidsstiens femte monument – Tustruphuset. Her er der mulighed for, at få informationer om monumentet på de fysiske skilte, der er placeret ved dette.



Brugerne har her mulighed for at få fortalt historien om udgravningen af Tustruphuset og bondestenalderens begravelsesritualer. Det er en virtuel fortælling, som foregår på en fastmonteret skærm, som er placeret i midten af Tustruphuset. Her er det en virtuel figur, som forestiller en af arkæologerne fra det oprindelige udgravningssted, som fortæller historien.

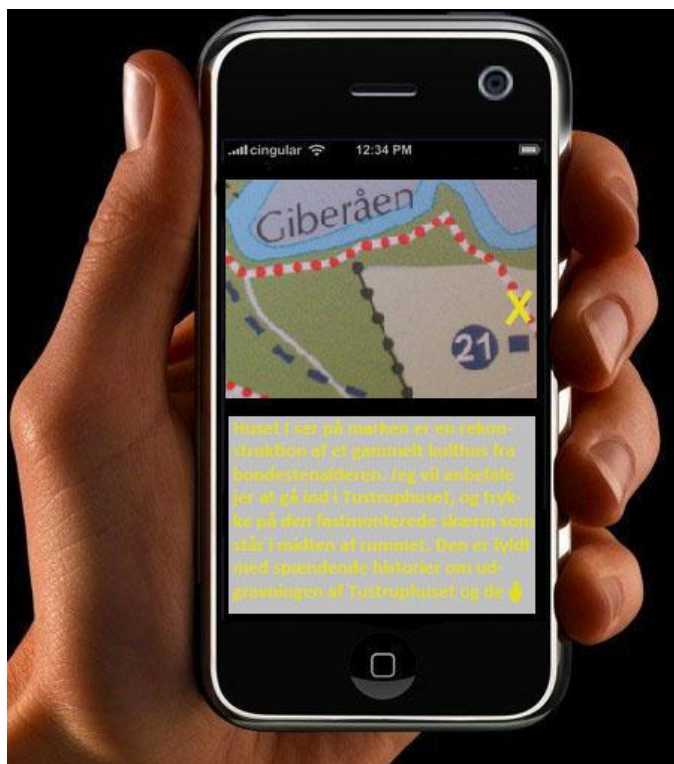
Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Pop-up besked på smartphonens display, hvor Gùldenchrone fortæller:

Huset I ser på marken er en rekonstruktion af et gammelt kulthus fra bondestenalderen.

²³⁷ Hjemmeside 47

Jeg vil anbefale jer at gå ind i Tustruphuset, og trykke på den fastmonterede skærm som står i midten af rummet. Den er fyldt med spændende historier om udgravningen af Tustruphuset og de bemærkelsesværdige begravelsesritualer man udførte i bondestenalderen. Jeg vil nu træde lidt i baggrunden, og lade en ægte ekspert på området komme til orde.



Arkæologen fortæller:

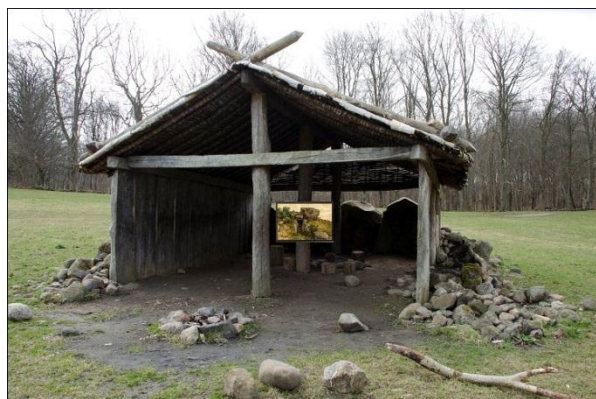
Jeg hedder Jan Thygesen, og jeg var en af arkæologerne der var så heldig at være med på udgravningen ved Tustrup på Norddjursland. Udgravningen resulterede i afsløringen af Tustruphuset, som er det rekonstruerede hus I står i nu. Vi fandt også frem til både jættestuer og stendysser.

Tustruphuset var oprindeligt et kulthus, hvor der fandt ofringer af forskellige genstande sted. En ofringsgave der var meget populær var keramik.

Under udgravningerne fandt vi forbrændte vægge på husets gulv og på gulvet under plankerne fandt vi knuste lerkar og lerskeer. Dette er tegn der indikerer, at Tustruphuset styrtede sammen som følge af en voldsom brand.



Hvis I drejer skærmen over mod væggen til venstre i huset kan I se de forbrændte vægge og de knuste genstande.



238

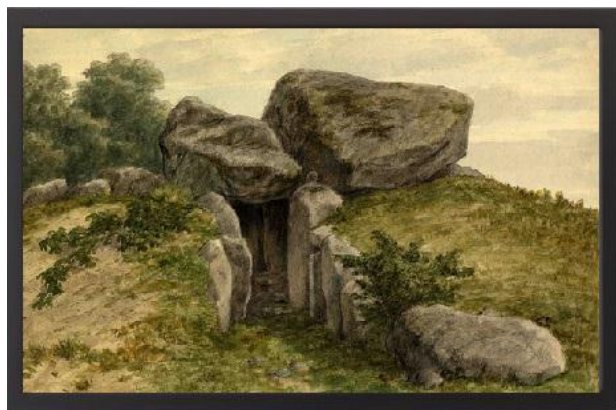
Sagen er den, at vi arkæologer tror, at kulthuset også blev brugt som dødehus. Hvad er nu et dødehus, tænker I sikkert. Ja, det skal jeg fortælle jer. Det er et sted hvor

²³⁸ Foto fra eget arkiv

menneskerne tilbage i bondestenalderen lagde ligene af deres afdøde, og så ventede de bare på, at kødet fra ligene var rådnet bort, for at de kunne flytte knoglerne.

Når der kun var knogler tilbage, blev de båret over i jættestuerne og dysserne som lå ved siden af kulthuset, hvor dette var deres form for begravelsesritual.

Hvis I bevæger skærmen til højre for Tustruphuset, kan I nu se stendyssen og jættestuerne, som også var fund gjort på samme udgravingssted som kulthuset.



239

Monument 6 – En revolutionær runesten

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

På turen kommer brugerne til at gå rundt langs Giberå, og her kommer de forbi den store revolutionære runesten, som er det sjette monument på Oldtidsstien.

Ved dette monument bliver historien om hvordan en almindelig sten, blev til den revolutionære runesten fortalt, og dette fortælles gennem en audiofortælling.

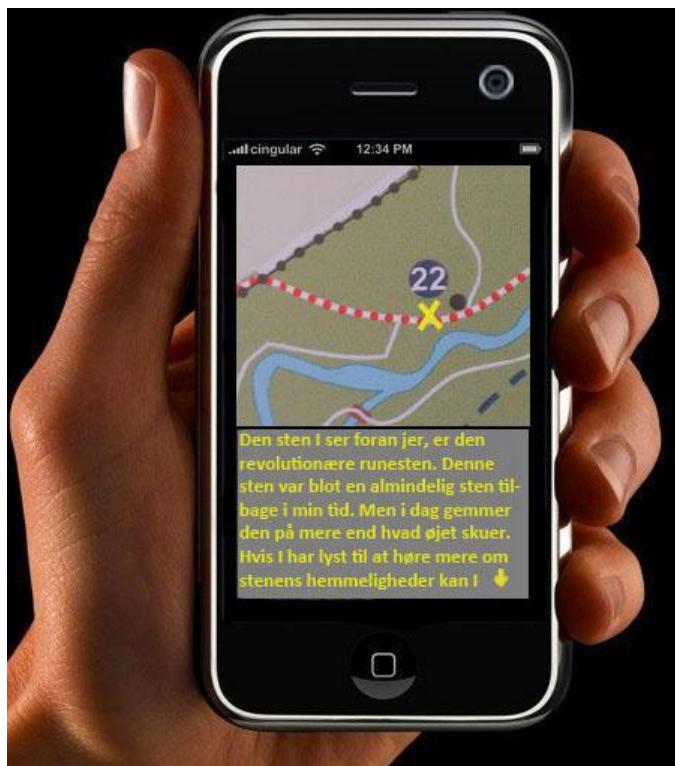
Audiofortællingen bliver samtidig understøttet af stillbilleder, i form af en skitseret fortælling af hændelsesforløbet, vist på smartphonens display. Der vil endvidere være en opgave, som brugerne skal løse.

²³⁹ Hjemmeside 77

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Som det første der sker på smartphonens display, kommer nedenstående pop-up besked op:

Den sten I ser foran jer, er den revolutionære runesten. Denne sten var blot en almindelig sten tilbage i min tid. Men i dag gemmer den på mere end hvad øjet skuer. Hvis I har lyst til at høre mere om stenens hemmeligheder kan I trykke på solhjulet. ☀



Når de har trykket på solhjulet starter audiofortællingen, og nedenstående tekst bliver læst højt, og brugerne kan samtidig vælge selv at læse teksten. Endvidere bliver stillbillederne vist samtidig med historien bliver fortalt.

Güldenchrone fortæller:

Den sten som I ser foran jer var engang bare en helt almindelig sten, indtil for 32 år siden, hvor der skete noget helt ud over det sædvanlige... Den skæbnesvangerende transformation forekom i Vor Herrens år 1980. Det skete i nattens mulm og mørke, at en

mand fra Aarhus besluttede sig for at udsmykke stenen med runeskrift med teksten - fortsat revolution. Dog begik manden en fatal fejl, da han indfældende den - spørgsmålet er hvilken? Kan I regne det ud?



240

A: Han glemte en rune så teksten ikke blev fuldført

B: Han lavede en stavfejl ved at bruge en forkert rune i teksten

C: Han skrev dem spejlvendt

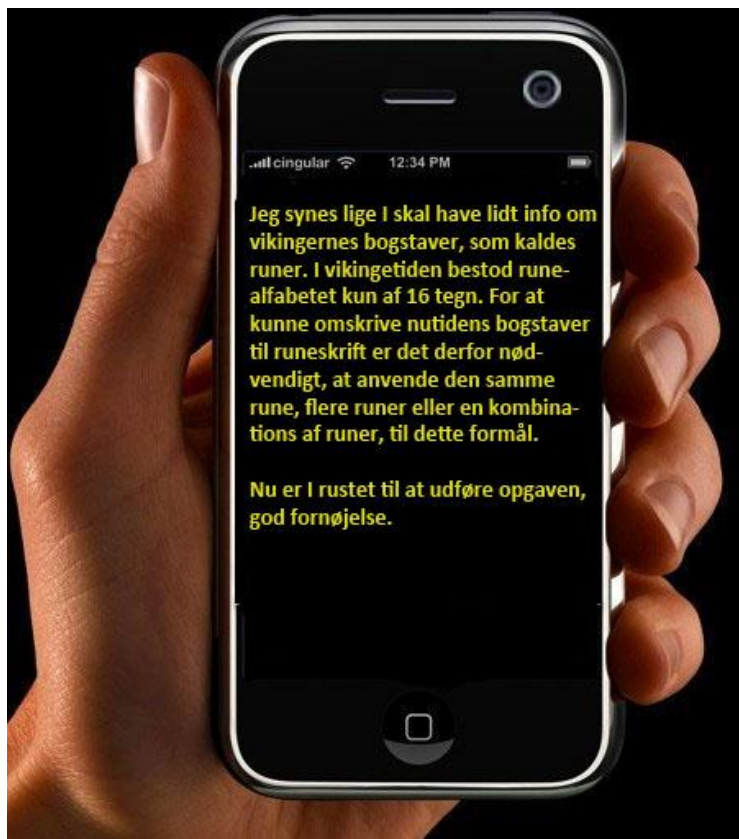
For at brugerne har mulighed for at løse opgaven, får de hjælp via displayet på deres smartphone. Når brugerne holder deres smartphone op foran runestenen, kommer der en række funktioner frem på skærmen. Dette sker gennem billedgenkendelse.

Som forklaring til brugerne kommer der følgende tekst på displayet i applikationen, som fortælles af Guldencrone:

²⁴⁰ Hjemmeside 78

Jeg synes lige I skal have lidt info om vikingernes bogstaver, som kaldes runer. I vikingetiden bestod runealfabetet kun af 16 tegn. For at kunne omskrive nutidens bogstaver til runeskrift er det derfor nødvendigt, at anvende den samme rune, flere runer eller en kombination af runer, til dette formål.

Nu er I rustet til at udføre opgaven, god fornøjelse.



Når brugerne holder telefonen op foran runestenen, vil de se runerne på den fysiske runesten bliver lyst op på skærmen. Dette sker ved at der lægges et virtuelt lag på skærmen via AR som tydeliggør runerne for brugerne på skærmen. Således brugerne bedre kan se dem.

Endvidere er der nedenfor på skærmen en afbildning af runealfabetet, og nedenunder dette er der ligeledes en afbildning af runealfabetet oversat til det latinske alfabet. Dette er det nuværende anvendte alfabet i Danmark.



241

I skal nu forsøge at løse opgaven. Dette gør I ved at prøve jer frem, og finde frem til hvilke runer der passer i tekstfeltet som er under runerne på stenen.

For forklaring af fremgangsmåden - tryk på infoknappen i venstre hjørne

Tekst som kommer frem hvis brugeren trykker på infoknappen:

Det er her meningen, at I skal trykke på en af runerne, og forsøge at stave jer igennem teksten. Dette sker ved, at I rører skærmen, fører én rune op af gangen, og sammenligner runen, med de runer der er på den fysiske runesten.

Hvis en rune stemmer overens med skriften på runestenen, bliver den automatisk sat ind i tekstfeltet, ellers bliver I gjort opmærksomme på, at det er en forkert rune I har valgt.



Helt konkret fungerer det ved, at der nedeunder de oplyste runer er et tomt felt, hvor teksten som brugerne skal gætte kan indsættes. I det tomme felt er der plads til det antal latinske bogstaver som runeteksten består af. Hvis brugerne gætter en korrekt rune, vil dette bogstav komme frem i det tomme felt. Når feltet er fyldt og alle runerne dermed er gættet, vil brugerne kunne se svaret på spørgsmålet på deres skærm.

Det illustreres på mock-uppet, i billedet af opgaven, med de oplyste runer, som er at finde ovenfor.

Monument 7 – Jernalderhuset

Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Brugerne kommer nu forbi det rekonstruerede jernalderhus fra år 200-300.

Ved jernalderhuset får brugerne indsigt i, hvorledes en familie boede i jernalderen, og hvordan et typisk jernalderhus var indrettet. Formidlingen af dette sker gennem en AR på smartphonens skærm, hvor der er en tilhørende audiofortælling om hvad brugerne ser på deres display. Endvidere fortæller baron Güldenchrone en spændende røverhistorie, for at gøre formidlingen lidt mere personlig.

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Pop-up besked på smartphonens displayet, hvor Güldenchrone fortæller:

I er nu kommet til mit favoritsted på ruten - det gamle jernalderhus som er en rekonstruktion efter et hus fra udgravningen ved Tifting ved den sydslesvigske marsk, som man regner med er fra år 200-300.²⁴²

Jeg har altid fundet netop dette sted utroligt spændende på grund af spøgelseshistorien. Den må I også hellere lige få med nu I er her.

Marken I ser foran jer hedder Gills Ager. Den siges at være besøgt af den gamle sørøver Henrik Gills hund. Det er en lidt mærkværdig historie:

Henrik Gill siges at have skudt sin tjener og begravet ham her på marken. For at han kunne være sikker på, at tjeneren ikke tog hævn over ham i døden, skød sørøveren sin egen hund, og begravede hunden oven på tjeneren. På den måde tænkte han, at hunden ville vogte over sin herre i døden og holde tjeneren fra porten.

Desværre for den kære sørøver, siges det, at hans hund den dag i dag, stadig hjemsøger marken ved nattetid. Så jeg vil råde jer fra, at komme her efter mørkets frembrud, i så fald skal I tage jer i agt for den langhårede sortpelsede hund med de store gule lysende øjne!²⁴³

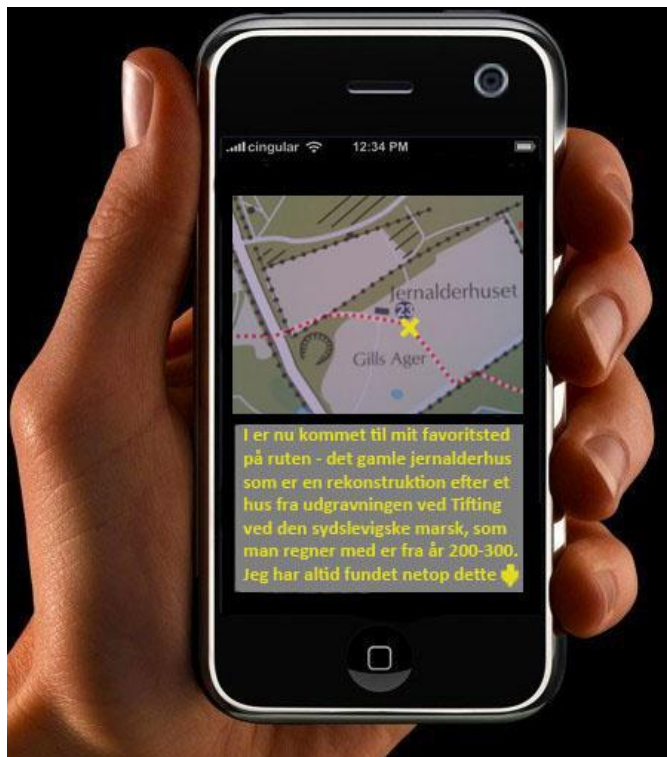
Nå, der kørte jeg jer da vist lidt ud på et sidespor. Jeg synes bare den er så uhyggelig... Puha! Jeg skal i hvert fald ikke ud på Gills Ager efter mørkets frembrud!

Men nu tilbage til jernalderhuset. Hvis I trykker på solhjulet  vil I kunne lære mere om

²⁴² Fyhn 2006b:31

²⁴³ Fyhn 2006a:38-40

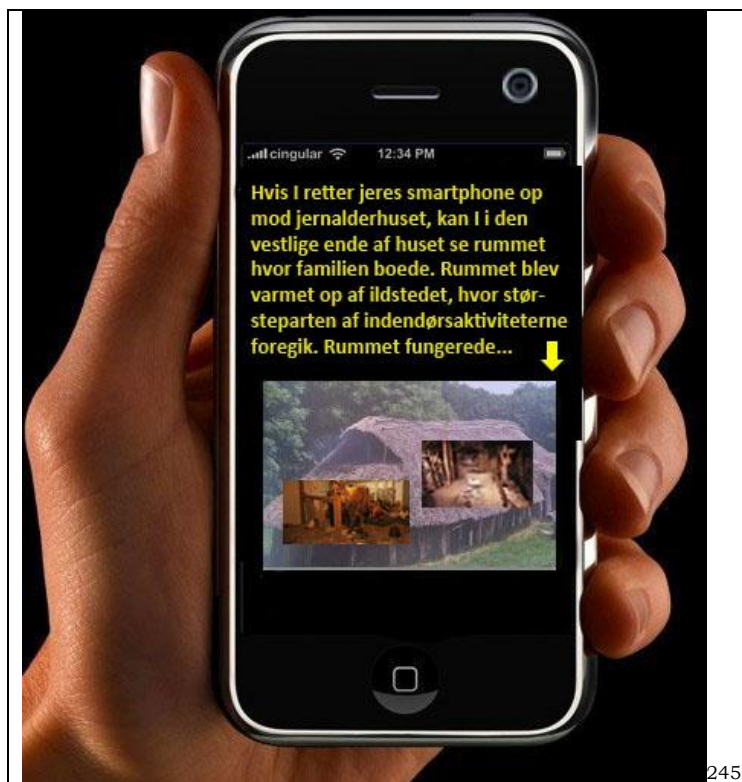
historien bag jernalderhuset, og få et lille indblik i hvordan man levede i jernalderen, og hvordan huset muligvis har set ud.



Dette er en audiofortælling om jernalderhuset, hvor Guldencrone fortæller:

Hvis I retter jeres smartphone op mod jernalderhuset, kan I i den vestlige ende af huset se rummet hvor familien boede. Rummet blev varmet op af ildstedet, hvor størsteparten af indendørsaktiviteterne foregik. Rummet fungerede både som familiens opholdsrum og det var også her de sov.²⁴⁴

²⁴⁴ Fyhn 2006b:31



245

Lyden af knitren fra ilden afspilles.

I den østlige ende af huset, vil I kunne se hvor familien havde bygget en stald, og det var der hvor familien holdt husdyr. Staldens båse var så brede, at der kunne stå to kreaturer i hver.


Lyden fra husets kreaturer afspilles

Jeg har hørt en uhyggelig fortælling om, at arkæologerne ved udgravningen ved Tofting fandt skelettet af en 10 måneder gammel dreng i et trætrug. I kan se skelettet på displayet, og hvor det lå placeret i huset.^{246 247}

²⁴⁵ Hjemmeside 79 og 80

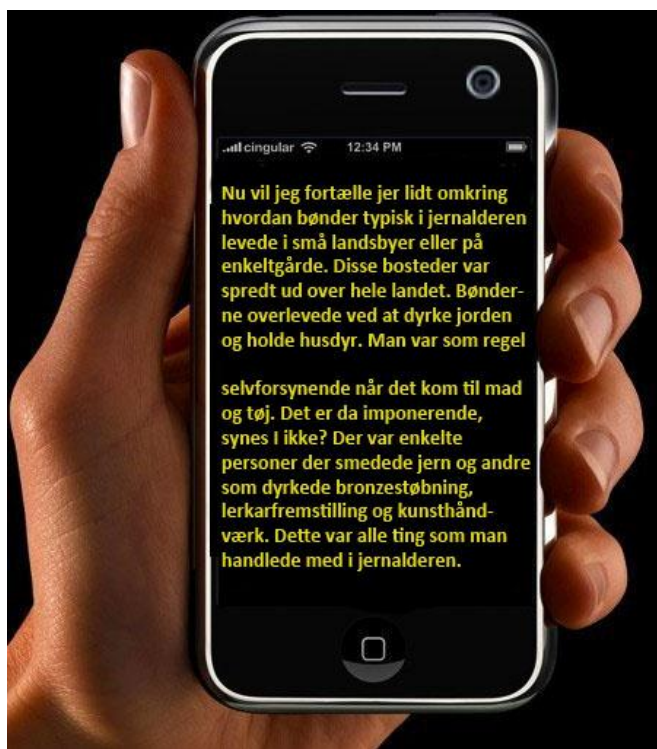
²⁴⁶ Fyhn 2006b:31

²⁴⁷ Dette er ikke illustreret i et mock-up, men beskrevet således at tankerne bag fortællingen synliggøres overfor læseren. Ved en eventuel implementering, vil der blive udført et skærmbillede der illustrerer fundet af den 10 måneder gamle dreng.

Hvis I ønsker flere uddybende informationer om jernalderen, kan I trykke på solhjulet 

Hvis brugerne ønsker yderligere informationer om jernalderen, fortæller Guldenchrone gerne om dette i nedenstående audiofortalling:

Nu vil jeg fortælle jer lidt omkring hvordan bønder typisk i jernalderen levede i små landsbyer eller pa enkeltgarde. Disse bosteder var spredt ud over hele landet. Bønderne overlevede ved at dyrke jorden og holde husdyr. Man var som regel selvforsynende nar det kom til mad og tøj. Det er da imponerende, synes I ikke? Der var enkelte personer der smedede jern og andre som arbejdede med bronzestøbning, lerkarfremstilling og kunsthandverk. Dette var alle ting som man handlede med i jernalderen.²⁴⁸



²⁴⁸ Hjemmeside 48

Monument 8 – Vikingehusene


Kort beskrivelse af hændelsesforløb

Nu kommer brugerne forbi den sidste oplevelse på Oldtidsstien, som består af rekonstruerede hustyper fra vikingetiden: et grubehus fra Aarhus, et byhus fra Hedeby og en stavkirke fra Hørning ved Randers.²⁴⁹

Her bliver formidlet forskellige fakta og historier om de tre monumenter, som alle relaterer sig til vikingetiden og livet dengang.

Tekst i applikationen, mock-ups med supplerende forklaringer undervejs

Brugerne ser denne pop-up besked på deres smartphone:

Puha, nu må I også begynde at være lidt trætte efter at have gået rundt på Oldtidsstien så længe. Men hold nu lidt endnu, I er nemlig lige nu kommet til den sidste del af Oldtidsstien. Her kan I se tre rekonstruerede huse fra vikingetiden: et grubehus, et byhus og en Stavkirke. Tryk på solhjulet  for at få en guidet tur og hør mere om livet i vikingetiden.

²⁴⁹ Fyhn 2006b:32



Audiofortælling til hedebyhuset, fortælles af Guldencrone:

I står nu ved hedebyhuset. Det er det gule hus, I kan se foran jer. Hedebyhuset er et typisk eksempel på hvorledes man levede i vikingetiden. Her er der dog tale om en rekonstruktion af et byhus fra vikingetidens Hedeby i Slesvig, og det oprindelige hus kan arkæologerne datere til ca. år 870 e.Kr.



250

Hvis I holder jeres smartphone op mod hedebyhuset, vil I på skærmen kunne se, hvorledes huset var indrettet.

Jeg kan faktisk fortælle jer, at hedebyhuset formodentligt har været en familiebolig, hvor der har boet en form for håndværker eller handelsmand.²⁵¹

Dette hedebyhus var inddelt i tre rum. I den vestlige ende fandt man rester i det oprindelige hedebyhus, der kunne tyde på, at der havde været et værksted. Her kan I se manden som sidder og snedkerer på et hjul. Er det ikke sjovt at tænke på, at folk har boet sådan i gamle dage?

Lyden af manden arbejder.

Det tøj som manden havde på var typisk for påklædningen for mændene i vikingetiden.

Viste I desuden at livet for de fleste mennesker i vikingetiden ofte bestod i beskæftigelse

²⁵⁰ Fyhn 2006b:33

²⁵¹ Ibid:32-33

indenfor landbrug, hvor man boede på gårde.²⁵² Typisk blev husholdningen drevet af en familie, hvor der var tilhørende trælle, landarbejdere og tjenestefolk.

I det midterste rum i hedebyhuset lå familiens opholdsrum som havde et åbent ildsted. Hvis I kigger på jeres skærm, kan I se hvordan opholdsrummet så rum.²⁵³

Lyden af knitren fra ilden.

Her ser I kvinden, som er i færd med at lave mad over den åbne ild. I dette rum kunne familien opholde sig, og de kunne sidde eller ligge ned på de brede forhøjninger I ser langs væggene.²⁵⁴

Ofte var det sådan i vikingetiden, at, når mændene ikke var hjemme, var de ude på plyndretogter, hvor de erobrede både land og værdier de kunne tage med sig hjem. Der var ofte perioder, hvor mændene var væk i længere tid af gangen, og hvor kvinderne blev tilbage ved børnene og skulle få en hverdag til at fungere.²⁵⁵

I det sidste rum I ser på skærmen, for enden af huset, fandt arkæologerne resterne af en bageovn, som I kan se på displayet. Foruden en bageovn har dette rum formegentlig haft til formål at opbevare familiens forråd af kød, mel mm.

Nu bliver brugerne gjort opmærksomme på, at de skal gå videre over til det næste hus – grubehuset.

Göldencrone fortæller nu videre:

Hvis I har lyst kan I gå videre over til grubehuset, og se hvorledes det så ud indvendigt i vikingetiden.

²⁵² Hjemmeside 49

²⁵³ Der er ikke udarbejdet et mock-up på dette. Såfremt det skal implementeres, vil der blive udarbejdet et skærmbillede der illustrerer opholdsrummet.

²⁵⁴ Fyhn 2006b:32-33

²⁵⁵ Hjemmeside 50

Viste I, at man faktisk har fundet mange grubehuse i det centrale Aarhus? Grubehuset som I ser foran jer, er en rekonstruktion efter et fund gjort nær Aarhus Domkirke.²⁵⁶ Dette grubehus dateres til slutningen af 700-årene.

Man fandt rester fra både håndværkere og handlende hvilket tyder på, at Aarhus var en driftig by på denne tid.²⁵⁷ Det er da imponerende, hva'?



258

Grubehusene i vikingetiden blev anvendt som boliger, dog primært som værksteder. Hvis I vender skærmen hen mod grubehuset, kan I se en kvindelig tekstilhåndværker, som ofte anvendte grubehusene til arbejdsmæssige formål.²⁵⁹

Der er en audiofortælling tilgængelig for brugerne, hvor en kvinde fra vikingetiden begynder at fortælle om hvordan hendes hverdag så ud.

Tryk på solhjulet ☀ for at høre om kvindernes dagligdag under vikingetiden

²⁵⁶ Fyhn 2006b:36

²⁵⁷ Fyhn 2006b:36

²⁵⁸ Fyhn 2006b:36

²⁵⁹ Fyhn 2006b:36

Kvinden fortæller videre:

Jeg havde min daglige gang i og uden for huset, hvor jeg havde mange opgaver jeg skulle passe, for at hverdagen kunne hænge sammen. Jeg passede børnene, og tog mig af de ældre, og hver dag var det min pligt at lave mad til familien og konservere noget af maden, som vi kunne bruge senere. Ud over at passe familien og lave mad, var det også min opgave at sørge for at vi havde tøj på kroppen og lave klæder, vi kunne handle med. Dette var et meget tidskrævende og kompliceret arbejde, da det både inkluderede bearbejdningen af uld, spinding og vævning.²⁶⁰



Güldenchrone fortæller videre:

Jeg synes I skal gå ind i stavkirken. Derinde kan I se hvad kirken gemmer på af historier.

Skærmen inde i kirken vil vise jer hvordan en stavkirke fra vikingetiden kunne have set ud.

²⁶⁰ Hjemmeside 81

Når brugerne kommer ind i stavkirken, er der en skærm monteret fast på en stang midt inde i kirken, hvorpå der er et kamera påsat. Skærmen kan roteres 180 grader, og på skærmen kan brugerne se hvorledes en stavkirke fra vikingetiden kunne have set ud. Som de vender skærmen rundt i kirkerummet, kan brugerne se vinduerne, som man formoder var små og runde med farvede glastruder, og de kan se, hvorledes der var oplyst i kirken med vokslys. På den måde får de fornemmelsen af hvorledes stemningen var i datidens kirker.

Billedet nedenfor illustrerer den effekt der ønskes at opnå inde i stavkirken. Her eksemplificeres blot AR-effekten via en smartphone, hvor man via smartphonens kamera kan se et virtuelt lag lagt over den virkelige verden, som brugerne befinder sig i. Effekten er den samme med skærmen inde i stavkirken.



261

Güldenchrone fortæller videre:

Nu vil jeg fortælle jer lidt om kristendommens indtog i Danmark. Dette skete i den sene

²⁶¹ Hjemmeside 51

vikingetid, hvor de første kirker i Danmark blev opført. Alle kirkerne fra den tid er dog imidlertid alle langt borte, men der findes dog stadig spor af dem under gulvene i flere af stenkirkerne fra middelalderen.²⁶²

Kirken I står i lige nu er en rekonstruktion af en stavkirke fundet under gulvet i Hørning Kirke i 1960. Resterne af stavkirken man fandt viste, at stavkirken var brændt ned. Er det ikke imponerende at man ud fra disse fund, har fundet ud af hvordan stavkirker for så mange år siden så ud?

På nedenstående billede ses indgangen til stavkirken, hvor den fastmonterede skærm med kamera afbilder kirkens indvendige indretning via AR på skærmen.



263

²⁶² Fyhn 2006b:37

Nedenstående billede er et close-up af den fastmonterede skærm, der er i stavkirken.



264

Güldenchrone fortæller videre:

Jeg har lige en lille ekstra fortælling om vikingetiden, hvis I kan holde til mere:

"I vikingetiden etableredes de første danske byer. Ligesom landsbyerne var de "ustabile" og flyttede somme tider til et andet sted i nærheden. (...)Hedeby blev grundlagt af kongen som en struktureret by kort efter år 800 og levede videre indtil midten/anden halvdel af 1000-årene, da man flyttede til det nuværende Slesvig. Hedeby blev Nordens største vikingetidsby, og fundene vidner om intens og udstrakt international handel - både med Norge, hele Østersøområdet og Vesteuropa."²⁶⁵

²⁶³ Foto fra eget arkiv

²⁶⁴ Foto fra eget arkiv

²⁶⁵ Hjemmeside 52



Når brugerne har været inde i stavkirken, tager Guldencrone afsked med brugerne, hvor der vises en kort videosekvens med baronen.

Guldencrone fortæller:

Tak for denne gang. Jeg håber I har haft en god tur langs Oldtidsstien, og at I har fået en fornemmelse for livet i oldtiden og et indblik i de små historier skoven og Moesgård gemmer på. På snarligt gensyn.



Brugerne vil derefter se et afslutningsskilt inde på gårdspladsen. På afslutningsskiltet kan brugerne læse om, hvad Moesgård Museum ellers kan tilbyde deres gæster. Der vil være en lille oversigt over museets udstillinger mm. og der vil ydermere kort være informationer omkring de tre stier, som er tilgængelige i skoven. Såfremt nogle af brugerne havde lyst til at vide mere om andre tilgængelige stier.

Refleksioner

I dette afsnit vil vi forsøge at beskrive vores refleksioner omkring de resultater, vi er kommet frem til i løbet af dette speciale. Refleksionerne bærer præg af, at vi i løbet af specialet har gennemgået en erkendelsesproces som betyder, at vi i dag potentielt kunne have foretaget nogle valg, som kunne have medført nogle andre vinkler til specialet, end dem vi i løbet af specialeprocessen er nået frem til. Refleksionerne tager derfor både udgangspunkt i udviklingen af vores egen testmetode, i indsamlingen af empiri og analysen af de udvalgte cases, samt i forhold til fokusgruppens udsagn og ideer til forbedringsforslag til Oldtidsstien.

I forbindelse med udarbejdelsen af vores egen testmetode, kunne vi have bygget dette arbejde på et større grundlag ud fra flere allerede eksisterende testmetoder. Dette kunne have medført, at vi ville have haft et større fundament at designe vores egen testmetode ud fra. Vi har dog forsøgt, at udvælge nogle testmetoder der kommer omkring oplevelser inden for det kulturhistoriske felt og set disse ud fra forskellige vinkler. Her tænkes både på de testmetoder der beskriver hvilke ting, man skal være opmærksom på i udarbejdelsen af en oplevelse, og på de metoder der beskriver hvilke dele, man skal være opmærksom på, når man undersøger oplevelser. Ved at kombinere disse forskellige former for testmetoder finder vi, at grundlaget som vores egen testmetode bygger på, er repræsentativ indenfor vores felt.

Vi har desuden foretaget en del refleksioner omkring udvælgelsen af de fire kategorier. Vi er dog stadig af den overbevisning, at disse fire kategorier er essentielle for at danne sig et holistisk billede af en oplevelse, der skal indeholde et digitalt element og være indenfor det kulturhistoriske felt. Dog kan det diskuteres, om vores model er for bred og indeholder for mange underkategorier. En mere enkel model med færre underkategorier, kunne være at foretrække, men synes ikke mulig, idet oplevelser indenfor dette felt spænder bredt, og derfor er det vigtigt at have mange aspekter med i undersøgelser af disse oplevelser.

I forhold til indsamlingen af empiri har vi ligeledes foretaget nogle refleksioner omkring hele processen. Vi har i dag fundet frem til, at det potentielt kunne have været interessant at genbesøge nogle af de udvalgte cases. Dette kunne givetvis have medført

nogle nye indsigter i forhold til de informationer, vi kunne drage ud fra vores første besøg. Dette kunne muligvis have medført en anden analyse end den vi i dag har udarbejdet. Dog har vi både af tidsmæssige og økonomiske begrænsninger, ikke haft mulighed for at realisere dette.

Derudover har vi reflekteret over muligheden for at inddrage brugere fra målgruppen endnu tidligere i processen, end det er sket i specialet. Det er en mulighed allerede at inddrage brugerne i processen med at indsamle empiri. Der er dog også ulemper ved at inddrage brugerne allerede i denne del af processen. For det første langsommeliggør en medinddragelse af brugerne selve processen. Denne vil nemlig medføre et behov for en slags intro af hele situationen til brugerne og en briefing undervejs i afprøvningen af de udvalgte oplevelser. Dette er vigtigt for at sikre, at brugerne undersøger det vi ønsker, de skal undersøge. Samtidig vil denne inddragelse af brugerne medføre et behov for en afsluttende briefing. Dernæst skal der foretages en bearbejdning af brugernes resultater. Denne proces vil dog ikke se meget anderledes ud, end den vi selv foretog efter vores besøg ved de udvalgte cases.

Ydermere kunne vi have udført flere fokusgruppeinterviews, hvor andre dele af målgruppen var repræsenteret. På den måde vil der komme flere vinkler på brugernes udsagn og dermed givetvis også på de endelige resultater. Samtidig kunne det have været givtigt at udføre forskellige brugertest undervejs i processen. Det kunne have været interessant at høre brugernes vurdering af ens produkt i de forskellige udviklingsprocesser og dermed tilføje disse ændringer til det endelige konceptforslag. Vi vurderer, at det kunne have været fordelagtigt, allerede efter den første idegenerering, at have udført en brugertest og igen efter at skelettet til applikationen lå klar. Af tidsmæssige årsager er denne form for brugerinddragelse fravalgt i dette speciale.

Derudover kunne vi i indsamlingen af empirien have benyttet os af spørgeskemaer, som kunne have understøttet de resultater vi fandt frem til via vores egen empiriindsamling og fokusgruppeinterview. Dog finder vi ikke denne form for empiriindsamling ideel, idet den består af envejskommunikation, da brugerne ikke altid uddyber deres svar, og på det grundlag fravalgte vi denne metode.

Vi har ydermere gjort os nogle refleksioner omkring, hvorledes vores koncept lever op til de resultater, vi er nået frem til i forbindelse med vores analyser af de udvalgte cases samt fokusgruppeinterview. Alt i alt finder vi, at konceptet lever op til de resultater, vi er kommet frem til via specialet. Dog kunne vi i brugeroplevelsen have indlejret flere små opgaver, som påvirkede flere af brugernes sanser. Her tænkes bl.a. på anvendelse af soundscapes, hvor man via lyd er med til at skabe en stemning af hvordan det kunne have lydt på et bestemt sted i oldtiden. Her kunne det yderligere være interessant, at tage en diskussion omkring berettigelsen af teknologi i et tilfælde som Oldtidsstien, og hvor meget teknologi er okay at inddrage i sådan en naturoplevelse, og hvornår bliver det et forstyrrende og dominerende element.

Derudover har vi reflekteret over, at nogle brugere kan finde applikationen og de forskellige digitale tiltag, der er undervejs på Oldtidsstien for kompliceret og indviklet at bruge. Vi har i designet af applikationen forsøgt at udvikle et interface, som er intuitivt og enkelt for at imødekomme disse brugere.

Ydermere har vi reflekteret over, at der i dele af indholdet i vores koncept givetvis er passager, der er for lange og indeholder for megen faktisk information på en gang. Med dette menes f.eks. brugernes møde med oldtidsskoven. I denne del er der rigtig meget information om skovens udvikling og de forskellige træsort mm. i de forskellige perioder. Som vi også nævner i vores resultater, er en ulempe ved al denne information, at man risikerer at miste brugernes opmærksomhed ved at have for lange historiske beretninger på en gang. Vores forhåbning er, at brugerne ikke mister opmærksomheden ved de forskellige dele undervejs i turen rundt i oldtidsskoven, da målgruppen er voksne mennesker.

Konklusion

I dette afsnit konkluderes på alle resultaterne, som vi er kommet frem til i løbet af specialet og konklusionen vil således indeholde en besvarelse af problemformuleringen. Fokus vil være på hovedspørgsmålet, og besvarelsen af underspørgsmålene vil derfor kun være ganske kort, da der konkluderes på disse undervejs i specialet.

Hovedspørgsmål:

- Hvordan kan man gøre en tur på Oldtidsstien, som er en del af Moesgård Museum, mere oplevelsesorienteret ved at integrere både analoge- og digitale elementer – herunder elementer baseret på augmented reality – i oplevelsen, hvor den faglige kontekst og autenticitet i den omkringliggende natur samt ved monumenterne på Oldtidsstien samtidig bevares?

Underspørgsmål:

- Hvordan kan vi undersøge disse oplevelser ved at designe vores egen testmetode, og hvad skal denne indeholde?
- Hvordan har forskellige museer skabt historieformidling i form af en oplevelse med digitale elementer i og udenfor museernes fysiske rammer, og hvilke erfaringer kan vi drage af de allerede eksisterende oplevelsestilbud?
- Hvilke digitale og analoge tiltag kan være givende at integrere i det endelige oplevelsesprodukt, således at turen rundt på Oldtidsstien bliver mere engagerende og underholdende med fokus på brugerinddragelse?

Indledende kan vi konkludere, at der er mange elementer der spiller ind, når det handler om at designe en god oplevelse. Noget af det mest essentielle for at kunne skabe rammerne for en god oplevelse er, at oplevelsen bliver holistisk. Dermed sagt, at der skal være en rammefortælling, som binder hele oplevelsen sammen, således at

brugerne kan se den overordnede sammenhæng mellem delementerne – monumenterne på Oldtidsstien – i oplevelsen. Dog er oplevelser noget som subjektet oplever individuelt, hvilket betyder at vi kun kan skabe rammerne for, at oplevelsen bliver god.

Ydermere kan vi konkludere, at det er en fordel hvis der inkorporeres små sidehistorier imellem og ved hovedfortællingerne, som fortælles om monumenterne og oplevelserne undervejs på turen. Dermed fungerer de små historier som et slags bindeled mellem monumenternes fortællinger, og bliver på den måde et af de elementer i konceptet, som er med til at skabe en overordnet sammenhæng i oplevelsen.

Samtidig kan en fortælling, der danner en ramme for oplevelsen medvirke til, at brugerne forstår rummet, som selve oplevelsen foregår i. Hermed kan der være tale om det gode oplevelsesrum, såfremt at brugene finder at rummet og oplevelsen hænger sammen. I bestræbelserne på at udvikle det gode oplevelsesrum, kan det være ideelt at danne det hybride rum. Det hybride rum kan medføre nye muligheder for brugerne, hvilket er en interessant tanke i Oldtidsstiens tilfælde.

Ydermere kan vi konkludere, at det er vigtigt, at brugerne kan forholde og identificere sig med oplevelsen. Dette kan bl.a. ske ved at indholdet i oplevelsen personificeres gennem en virtuel guide. Derved formidles den overordnede fortælling gennem den virtuelle karakter, som samtidig er med til at levendegøre fortiden for brugerne igennem sine fortællinger. Ved at der er en virtuel person, som brugerne kan forholde sig til gennem hele turen, inddrages brugerne i oplevelsen, hvilket potentielt får dem til at føle et ejerskab af oplevelsen, som videre muligvis er med til at skabe engagement hos brugerne.

I forhold til brugerinddragelse kan det yderlig konkluderes, at det er vigtigt at involvere brugerne, så de bliver en aktiv del af fortællingen. Til at understøtte denne brugerinddragelse kan teknologi potentielt medvirke til at fremme den naturlige interaktion, der er mellem brugerne og artefakterne rundt på stien, idet teknologi kan medføre nye muligheder indenfor formidling. Endvidere kan teknologien skabe noget variation og dynamik i oplevelsen i form af, at brugerne kan til- eller fravælge dele i oplevelsen.

I forbindelse med teknologi i konceptet kan AR medvirke til at skabe dynamiske oplevelser for brugerne undervejs på Oldtidsstien. Endvidere kan AR understøtte en udvidet oplevelse af hvorledes brugerne ser virkeligheden, på det sted hvor brugerne befinder sig. AR skaber derved muligheden for at variere oplevelsen ved at kombinere omgivelserne med monumenterne med de konkrete informationer, der skal formidles, hvis dette ønskes. Hermed kan brugen af AR være med til at forstærke brugeroplevelsen.

Endvidere er det vigtigt at oplevelsen gør kulturarven læsbar, og at respekten for omgivelserne stadig bevares. Den digitale oplevelse på Oldtidsstien må derfor aldrig syne tydeligere end den omkringliggende natur. Dette er en af grundene til, at vi opererer med en applikation, da der i dette tilfælde ikke skal tilføjes nogle synlige ting ude på stien.

Vi kan konkludere, at vi ud fra vores egen testmetode er i stand til at undersøge udvalgte cases indenfor det kulturhistoriske felt. De vigtige aspekter i vores egen testmetode er, at der er fokus på indhold, brugerne, kontekst og teknologi, samt de dertilhørende underkategorier. Disse fire kategorier medfører, at vi i analysen af de udvalgte cases kommer omkring det, vi finder væsentligt i forhold til hovedproblemstillingen.

Overordnet set har alle de cases, vi har undersøgt inddraget brugerne, anvendt teknologi til at understøtte oplevelsen, og alle oplevelserne har taget udgangspunkt i en fortælling på den ene eller anden måde. De erfaringer vi kan drage herfra er, først og fremmest, at måden hvorpå kulturarven formidles er essentiel i forhold til om indholdet giver mening for brugerne. Det er godt, hvis der er tale brugerinddragelse og muligheden for interaktion mellem udstillingen og brugerne. Disse former for brugerinddragelse er alle med til at gøre oplevelsen personlig for brugerne, hvilket er en faktor for, at de kan erindre oplevelsen efterfølgende.

Vi kan konkludere, at det bl.a. kan være givende at integrere forskellige former for både digitale og analoge elementer i vores oplevelsestur rundt på Oldtidsstien. Her kan bl.a. nævnes den virtuelle person, Guldencrone, der guider brugerne igennem turen. Det digitale understøtter ydermere brugerne undervejs bl.a. ved at vise dem vej

igennem hele ruten. Derudover inddrager vi analoge elementer i form af alle monumenterne på Oldtidsstien i en kobling med naturomgivelserne, der omkredser stien.

Ansvarsliste

X= Hovedansvar x= Medansvar

Afsnit	Marianne	Amalie	Fælles
English abstract		X	
Indledning			X
Grundlag for udvælgelsen af Oldtidsstien	X		
Beskrivelse af Oldtidsstien	X		
Kort om oldtidsstien	X		
Museernes rolle anno 2012	X	X	
Brugerne og deres rolle på museet	X	x	
Problemformulering			X
Museernes besøgende		X	
Målgruppe			X
Processtruktur for specialet	x	X	
Model over strukturen for projektet	x	X	
Oplevelsesøkonomien		X	
Oplevelsesbegrebet		X	
Delkonklusion			X
Augmented reality	X	X	
Forklaring af AR		X	
AR's typologier	X	x	
Delkonklusion af AR			X
Beskrivelse af tjenester			X
Indledende til empiriindsamling			X
Empiriindsamling			X
Egen proces		X	
Testmetoder			X
Quick and dirty-metode - af Robert Rubinoff			X
Eventens DNA - af Christian Have			X
ID360 destination management value system (senere bare			X

ID360) - af KvistgaardConsulting og VisitNordjylland			
Oplevelsesmatricer - af Peter Kvistgaard og John Hird			X
Field Guide for The Experience Economy - af Joseph Pine og James Gilmore			X
Egen testmetode			X
Delkonklusion			X
Bearbejdelse af empiri			X
Metodisk tilgang til forundersøgelsen		X	
Refleksioner over metoden			X
Anvendelse af vores egen testmetode			X
Begrundelse for udvælgelse af cases			X
Beskrivelse og analyse af cases			X
Beskrivelse af byvandring i Aarhus - Kvindemuseet		X	
Analyse af byvandring i Aarhus - Kvindemuseet	X	x	
Beskrivelse af Aarhus StreetMuseum – Den Gamle By	X	X	
Analyse af Aarhus StreetMuseum – Den Gamle By	X		
Beskrivelse af VÆGGEN - Københavns Museum	x	X	
Analyse af VÆGGEN – Københavns Museum	X	x	
Beskrivelse af Syv Vikinger – Moesgård Museum	X	X	
Analyse af Syv Vikinger – Moesgård Museum	X		
Beskrivelse af Laguthewas togt – Moesgård Museum		X	

Analyse af Laguthewas togt – Moesgård Museum	X		
Beskrivelse af StreetMuseum - Museum of London		X	
Analyse af StreetMuseum - Museum of London	X		
Delkonklusion			X
Begrebsafklaring			X
Det gode oplevelsesrum	X		
Autenticitet – i naturen	X		
Storytelling ude i naturen	X		
Delkonklusion			X
Oplevelsesafsnittene		X	
Analyse af oplevelsesbegrebet		X	
Indlevelse i oplevelsen		X	
IKT og oplevelser		X	
Teknologi og oplevelser		X	
Delkonklusion			X
Liste med fordele og ulemper			X
Den nuværende situation på Oldtidsstien			X
Analyse af Oldtidsstien	X	X	
Opsummering af situationen	X		
Oldtidsstien sat i forhold til liste			X
Introduktion til konceptudviklingsprocessen			X
Brugerne			X
Brugerne på Oldtidsstien			X
Fokusgruppe interview			X
Metode til fokusgruppeinterview			X
Intro til konceptet			X
Udbyttet af fokusgruppeinterview			X
Delkonklusion			X
Valg af medier i konceptet			X

Udfordringer i udarbejdelsen af konceptet			X
Download og intro til applikationen			X
Praktiske informationer			X
Formål med oplevelsen			X
Storyboard – En tur rundt på Oldtidsstien	X		
Overordnet til konceptet			X
Interaktionsformen	X	x	
Designstil i applikationen	X	x	
Oplevelsesdesignet			X
Gennemgående teknologi i konceptet			X
Monumenterne på Oldtidsstien			X
Fortælleren			X
Jens Michelsens Toft - Solhjulet			X
Monument 1 – Kobberupkisten fra Skive (gravkammer fra bondestenalderen)			X
Undervejs på stien – Højryggede agre			X
Undervejs på stien - Giberå			X
Monument 2 – Dyssen på marken			X
Undervejs på stien – Ellesumpen			X
Undervejs på stien - Oldtidsskoven			X
Monument 3 - Langdyssen på strandmarken			X
Monument 4 – Fiskerhuset			X
Monument 5 – Tustruphuset – et kulthus fra bondestenalderen			X
Monument 6 – En			X

revolutionær runesten			
Monument 7 – Jernalderhuset			X
Monument 8 – Vikingehusene			X
Refleksioner			X
Konklusion			X
Bilag			X

Litteraturliste

Bøger:

- Bille, Trine & Mark Lorenzen: *Den danske oplevelsesøkonomi - afgrænsning, økonomisk betydning og vækstmuligheder*, Imagine.. Og Samfundslitteratur, 2008
- Boswijk, Albert, Thomas Thijssen & Ed Peelen, *A new perspective on experience economy*, Pearson Prentice Hall, 2008
- Bærenholdt, Jørgen Ole & Jon Sundbo: *Oplevelsesøkonomi – produktion, forbrug, kultur*, Samfundslitteratur, 2007
- Csikszentmihalyi, Mihaly: *Creativity – Flow and the psychology of discovery and invention*, Harper Perennial, 1997
- Kulturarvsstyrelsen, *Digital museumsformidling – i brugerperspektiv*, 2009
- Drotner, Kirsten, Christina Papsø Weber, Berit Anne Larsen & Anne Sophie Warberg Løssing (red.): *Det interaktive museum*, Samfundslitteratur, 2011
- Hansen, Kenneth: *Den meningsfulde oplevelse – værdibaseret oplevelsesdesign*, Århus Universitetsforlag, 2011
- Have, Christian: *Synlighed er eksistens*, ICMMs forlag, 2004
- Hird, John & Peter Kvistgaard: *Oplevelsesrum. Turisme, kulturarv og oplevelser – et krydsfelt*, Academica, 2010
- Gilmore, James H. & B. Joseph Pine II: *Authenticity – what consumers really want*, Harvard Business School Press, 2007
- Jantzen, Christian & Jens F. Jensen(red.): *Oplevelser: Koblinger og transformationer*, Aalborg Universitetsbibliotek, 2006
- Jantzen, Christian, Mikael Vetner & Julie Bouchet: *Oplevelsesdesign*, Samfundslitteratur, 2011
- Jantzen, Christian & Tove Arendt Rasmussen: *Oplevelsesøkonomi – Vinkler på forbrug*, Aalborg Universitetsforlag, 2007a
- Jantzen, Christian & Tove Arendt Rasmussen: *Forbrugssituationer – Perspektiver på oplevelsesøkonomi*, Aalborg Universitetsforlag, 2007b

- Jungk, Robert & Norbert Müllert: *Håndbog i fremtidsværksteder*, Politisk revy, 1984
- Kanstrup, Anne Marie & Pernille Bertelsen: *User innovation management – a handbook*, Aalborg University Press, 2011
- Lang, Caroline, John Reeve & Vicky Woollard: *The Responsive Museum*, Ashgate, 2006
- Lorenzen, Mark, Tore Kristensen, Lise Skov & Jesper Strandgaard Pedersen (red.): *Når oplevelser møder økonomi – Kreative virksomheder, brancher og steder*, Klim, 2008
- Lund, Jacob M., Anne Porse Nielsen, Lars Goldschmidt, Henrik Dahl & Thomas Martinsen: *Følelsesfabrikken – Oplevelsesøkonomi på dansk*, Børsens forlag, 2005
- Mathiessen, Lars: *Style Composition in Action Research Publication: A Critical Analysis of Leading Information System Journals*, Mendeley, 2010
- Pine, B. Joseph & James H. Gilmore: *Field Guide for the Experience Economy*, Strategic Horizons LLP., 2005
- Pine, B. Joseph & James H. Gilmore: *Oplevelsesøkonomien – Arbejde er teater og enhver virksomhed en scene*, Klim, 2009
- Raj, Razaq, Paul Walters & Tahir Rashid: *Events Management - An integrated and Practical Approach*, SAGE, 2009
- Shedroff, Nathan, Steve Diller & Darrel Rhea: *Making meaning – how successful businesses deliver meaningful customer experiences*, New Riders, 2008
- Wallace, Margot A.: *Branding Museum. How to create and maintain image, loyalty and support*, Alta Mira Press, 2006

Artikler/hæfter:

- Andersson, Lasse & Hans Kiib: *Byens hybride oplevelsesrum* i bogen *Oplevelser: Koblinger og transformationer*, Aalborg Universitetsforlag, 2006

- Arvanitis, Konstantinos: *Museums Outside Walls: mobile phones and the museum in the everyday* i bogen *Museums in a digital age* af Ross Parry, Routledge, 2010
- Akademiet for de Tekniske Videnskaber Tænketank: *Ny teknologi → Nye oplevelser=En vej til vækst*, Buch's Grafiske A/S, 2006
- Buchenau, Marion og Jane Fulton Suri: *Experience prototyping* i bogen *Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques*, 2000 fra <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=347802> (8/5 2012)
- Fyhn, Mette Wessel: *Moesgård – herregård og kulturlandskab*, Moesgård Museum, 2006a
- Fyhn, Mette Wessel: *Oldtidsstien på Moesgård - Guide til kultursporene i landskabet*, Moesgård Museum, 2006b
- Hall, Tony, Luigina Coilfi, Liam Bannon, Mike Fraser, Steve Benford, John Bowers, Chris Greenhalgh, Sten-Olof Hellström, Shahram Izadi, Holger Schnädelbach & Martik Flintham: *The visitor as virtual Archeologist: Exploration in mixed reality technology to enhance educational and social interaction in the Museum*, The Association for Computing Machinery, Inc. 2002
- Heath, Christian & Dirk vom Lehn: *Interactivity and Collaboration: new forms of participation in museums, galleries and science centres* i bogen *Museums in a digital age* af Ross Parry, Routledge, 2010
- Hinge, Torsten & Jens B. Skriver: *Moesgård Skovmølle*, Moesgård Museum, 2007
- Holm, Torben: *Byskiveren* i bogen *Digital museumsformidling i brugerperspektiv* Kulturarvsstyrelsen, Kbh., 2009
- Jantzen, Christian og Mikael Vetner: *Design for en affektiv økonomi* i bogen *Oplevelsesøkonomi – Vinkler på forbrug*, Aalborg Universitetsforlag, 2007
- Jantzen, Christian & Mikael Vetner: *Oplevelse - Et videnskabeligt glossar* i bogen *Oplevelser: Koblinger og transformationer*, Aalborg Universitetsforlag, 2006
- Langer, Torben W. (red.): *Lademans leksikon. 5 eid-ford*, Lademann Forlagsaktieselskab, 1973

- Løkkegaard, Clarissa: *Google digitaliserer verdens kunstskatte* fra <http://www.dr.dk/Nyheder/Kultur/2012/04/03/162910.htm> (5/3 2012)
- Løssing, Anne Sophie Warberg: *Museet i forandring* i bogen *Digital museumsformidling i brugerperspektiv* Kulturarvsstyrelsen, Kbh., 2009
- Mackay E. Wendy: *Augmented Reality: Linking real and virtual worlds – A new paradigm for interacting with computers*, 1998 fra http://delivery.acm.org/10.1145/950000/948498/p13-mackay.pdf?ip=130.225.198.132&acc=ACTIVE%20SERVICE&CFID=101670726&CFTOKEN=21766715&_acm_=1336468516_f913442b47908e03baff4e9412e02f7 (8/5 2012)
- Milgram, Paul & Fumio Kishino: *A taxonomy of mixed reality visual displays*, 1994, IEICE Transactions on Information Systems
http://www.eecs.ucf.edu/~cwingrav/teaching/ids6713_sprg2010/assets/Milgram_IEICE_1994.pdf (16/5 2012)
- Ole Ertløv Hansen: *Engagement, der skaber oplevelser – oplevelser der engagerer* i bogen *Oplevelsesøkonomi – Vinkler på forbrug*, Aalborg Universitetsforlag, 2007
- Rudloff, Maja: *VÆGGEN: digitale, interaktive oplevelser i et byrum* fra *Det interaktive museum* redigeret af Drotner, Kirsten, Christina Papsø Weber, Berit Anne Larsen & Anne Sophie Warberg Løssing, Samfundslitteratur, 2011
- Sandvik, Kjetil: *Fortælling som kollektiv proces – om kollektiv tilrettelagte multimediale fiktionsverdener, deres fascinationskraft og udfordringer* i *DRAMA – Nordisk Dramapædagogisk Tidsskrift* (Ida Krøgholt red.), temanummer: "Kollektive Skabelsesprocesser" nr. 3 – 2004 s. 37-43
- Sinclair, Patrick & Kirk Martinez: *Adaptive Hypermedia in Augmented Reality*, S.A.
- Takacs, Gabriel, Vijay Chandrasekhar, Natascha Gelfand, Yingen Xiong, Wei-Chao Chen, Thanos Bismipigiaanis, Radek Grzeszczuk, Kari Pulli og Bernd Girod: *Outdoors Augmented Reality on Mobile Phone using Loxel-Based Visual Feature Organization*, 2008 fra <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1460165> (8/5 2012)
- Trant, Jennifer: *When All You've Got is 'The Real Thing': museums and authenticity in the networked world* i bogen *Museums in a digital age* af Ross Parry, Routledge, 2010

- Wang, Ning: *Rethinking Authenticity in Tourism Experience* i bogen Annals of Tourism Research, Volume 26, Number 2, 1 April 1999 , pp. 349-370, Elsevier

Hjemmesider:

Hjemmeside 1

- <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0900.aspx?s21=museumsloven&s22=%7c10%7c&s113=0> (2/3 2012)

Hjemmeside 2

- <http://www.visitnordjylland.dk/danmark/da-dk/menu/presse/id360/indledning/id360-forside.htm> (2/3 2012)

Hjemmeside 3

- <http://www.kvistgaardconsulting.dk/ID360.html> (2/3 2012)

Hjemmeside 4

- <http://www.hirdogko.dk/ID360.html> (2/3 2012)

Hjemmeside 5

- <http://www.sitepoint.com/quantify-user-experience/> (1/3 2012)

Hjemmeside 6

- <http://www.visitnordjylland.dk/danmark/da-dk/menu/presse/id360/id360/id360.htm> (6/3 2012)

Hjemmeside 7

- http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/em_neopdelt/museer/DNB_endelig_31.05.2011.pdf (23/3 2012)

Hjemmeside 8

- <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=12017> (2/4 2012)

Hjemmeside 9

- <http://www.participatorymuseum.org/preface/> (2/4 2012)

Hjemmeside 10

- <http://www.moesmus.dk/da/ud-i-landskabet/oldtidsstien/> (7/4 2012)

Hjemmeside 11

- http://www.denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Sprog/Fremmedord/as-a%C3%A5/autenticitet (7/4 2012)

Hjemmeside 12

- <http://www.moesmus.dk/da/udstillinger/moesgaard-museum/laguthewas-togt/> (17/4 2012)

Hjemmeside 13

- <http://www.moesmus.dk/da/udstillinger/moesgaard-museum/syv-vinger/> (18/4 2012)

Hjemmesiden 14

- <http://vaeggen.copenhagen.dk/> (20/4 2012)

Hjemmeside 15

- <http://www.visitaalborg.com/danmark/da-dk/menu/turist/oplevelser/sightseeing/historisk-bytur-mp/historisk-bytur-mp3.htm> (30/4 2012)

Hjemmeside 16

- <http://yellowarrow.net/v3/> (25/4 2012)

Hjemmeside 17

- http://www.google.dk/imgres?q=museum+of+london+app&um=1&hl=da&sa=N&rlz=1C1CHMO_daDK473DK473&biw=1366&bih=607&tbm=isch&tbnid=XRdJoL_X3Ox2jM:&imgrefurl=http://londonist.com/2010/05/museum_of_london_i_phone_app_blends.php&docid=Np2GvQDZdy7G1M&imgurl=http://londonist-static.s3.amazonaws.com/wp-

content/uploads/new/17324_streetmuseumLB.jpg&w=640&h=452&ei=uSaVT5SAK4WD4gSq0vHQDw&zoom=1&iact=hc&vpx=173&vpy=146&dur=1058&hovh=189&hovw=267&tx=92&ty=104&sig=112510837740582759517&page=1&tbnh=123&tbnw=173&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:0,s:0,i:64 (21/3 2012)

Hjemmeside 18

- <http://www.dst.dk/pukora/epub/Nyt/2011/NR206.pdf> (8/5 2012)

Hjemmeside 19

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/> (9/5 2012)

Hjemmeside 20

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/stenalder-jaegerstenalder-13000-4000-f-kr/> (9/5 2012)

Hjemmeside 21

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/erteboelle-kulturen/> (9/5 2012)

Hjemmeside 22

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/bondestenalderen-4000-1700-f-kr/> (9/5 2012)

Hjemmeside 23

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/bronzealder-1700-500-f-kr/> (9/5 2012)

Hjemmeside 24

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/jernalder-foerromersk-tid-500-f-kr-1-e-kr/> (9/5 2012)

Hjemmeside 25

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/romersk-jernalder-1-e-kr-400/> (9/5 2012)

Hjemmeside 26

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/oldtid-indtil-ca-800/germansk-jernalder-400-800/> (9/5 2012)

Hjemmeside 27

- <http://layar.com/support/> (10/ 5 2012)

Hjemmeside 28

- <http://www.youtube.com/watch?v=qSfATEZiUYo> (10/5 2012)

Hjemmeside 29

- http://www.youtube.com/watch?v=b64_16K2e08 (10/5 2012)

Hjemmeside 30

- <http://www.jmberlin.de/> (11/5 2012)

Hjemmeside 31

- <http://www.faarupsommerland.dk/dk/planlaeg-dit-besog/faarup-app/> (12/5 2012)

Hjemmeside 32

- http://apex-center.dk/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=149&lang=da (14/5 2012)

Hjemmeside 33

- <http://www.alexandra.dk/dk/projekter/Sider/Kontekst-sensitivtjenester-interaktionsteknikker.aspx> (16/5 2012)

Hjemmeside 34

- <http://www.ancient-astronomy.dk/oktmag00.htm> (16/5 2012)

Hjemmeside 35

- http://www.denstoredanske.dk/Nordisk_Mytologi/Ark%C3%A6ologi/helleristninger (16/5 2012)

Hjemmeside 36

- <http://danmarkshistorien.dk/leksikon-og-kilder/vis/materiale/ager-i-vangebrugssystemet/> (17/5 2012)

Hjemmeside 37

- <http://www.fortidsmindeguide.dk/Trehoeje-gravplads.br010.0.html> (17/5 2012)

Hjemmeside 38

- http://www.denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Billedkunst/Symbolik_og_emblematik/solhjul (17/5 2012)

Hjemmeside 39

- http://www.denstoredanske.dk/Kunst_og_kultur/Kunsth%C3%A5ndv%C3%A6rk_og_design/Symbolik_og_emblematik/hjulkors (17/5 2012)

Hjemmeside 40

- <http://www.naturstyrelsen.dk/Naturoplevelser/Beskrivelser/Soenderjylland/AdsboelDam/Karpedamme/> (19/5 2012)

Hjemmeside 41

- http://maarsletegnsarkiv.dk/konkurrence_2010_aug-sep.htm (19/5 2012)

Hjemmeside 42

- <http://maarsletegnsarkiv.dk/maarslet66b.htm> (19/5 2012)

Hjemmeside 43

- <http://maarsletegnsarkiv.dk/haefter/Hefte%205.htm> (19/5 2012)

Hjemmeside 44

- <http://maarsletegnsarkiv.dk/maarslet66h.htm> (19/5 2012)

Hjemmeside 45

- http://maarsletegnsarkiv.dk/fiskerhuset_moesgaard_strand_soeren_og_frederikke_vestergaard.htm (19/5 2012)

Hjemmeside 46

- <http://www.naturpaedagogik.dk/nyelver.htm> (20/5 2012)

Hjemmeside 47

- <http://www.moesmus.dk/da/ud-i-landskabet/oldtidsstien/kulthuset/> (20/5 2012)

Hjemmeside 48

- <http://www.danskhistorie.dk/tidsperioder/jernalderen/samfund/> (16/5 2012)

Hjemmeside 49

- <http://danmarkshistorien.dk/leksikon-og-kilder/vis/materiale/kvinder-i-danmarks-vikingetid/> (20/5 2012)

Hjemmeside 50

- <http://danmarkshistorien.dk/leksikon-og-kilder/vis/materiale/kvinder-i-danmarks-vikingetid/> (20/5 2012)

Hjemmeside 51

- <http://www.youtube.com/watch?v=gwtmk1ZjhY0&feature=related> (26/5 2012)

Hjemmeside 52

- <http://danmarkshistorien.dk/perioder/vikingetiden-ca-800-1050/vikingetidens-bebyggelser/> (20/5 2012)

Hjemmeside 53

- <http://www.fortidsmindeguide.dk/Trehoeje-gravplads.br010.0.html> (20/5 2012)

Hjemmeside 54

- <http://www.kongelyset.dk/news.php?readmore=102> (20/5 2012)

Hjemmeside 55

- <http://www.havenyt.dk/artikler/prydhaven /traeer og buske/469.html> (20/5 2012)

Hjemmeside 56

- <http://www.colourbox.dk/billede/kviste-af-fisse-piletrae-med-blomstrende-knopper-paa-blaa-himmel-billede-2568756> (20/5 2012)

Hjemmeside 57

- <http://denkorteavis.dk/2012/laesernes-forarsbilleder-15/> (20/5 2012)

Hjemmeside 58

- <http://www.naturstyrelsen.dk/Naturbeskyttelse/Artsleksikon/Planter/Froepplanter/Traerogbuske/Stedsegroenne/Skovfyr/> (20/5 2012)

Hjemmeside 59

- <http://www.skoven-i-skolen.dk/default.asp?m=15&a=1931> (20/5 2012)

Hjemmeside 60

- <http://www.naturstyrelsen.dk/Naturoplevelser/Jagt/Vildtraad/Hjortevildtforvaltning/Hjortevildt/> (20/5 2012)

Hjemmeside 61

- http://holbaeknatorskole.dk/?page_id=93 (20/5 2012)

Hjemmeside 62

- <http://www.exis.dk/frivilligt-arbejde/usa/lange-ophold/> (20/5 2012)

Hjemmeside 63

- http://www.bh-foe.com/ZC/index.php?main_page=product_info&products_id=1460 (20/5 2012)

Hjemmeside 64

- <http://landsbytosserne.skysite.dk/?side=449> (20/5 2012)

Hjemmeside 65

- <http://www.vestrehus.dk/svampeplantesider/elm.htm> (20/5 2012)

Hjemmeside 66

- <http://www.skoven-i-skolen.dk/default.asp?m=10&a=112> (20/5 2012)

Hjemmeside 67

- [http://www.denstoredanske.dk/Natur_og_milj%C3%B8/Botanik/Solanales_\(natskyggeordenen\)/ask](http://www.denstoredanske.dk/Natur_og_milj%C3%B8/Botanik/Solanales_(natskyggeordenen)/ask) (20/5 2012)

Hjemmeside 68

- http://www.biopix.dk/roedel-alnus-glutinosa_photo-64758.aspx (20/5 2012)

Hjemmeside 69

- <http://www.naturstyrelsen.dk/Naturbeskyttelse/Naturprojekter/Projekter/Borholm/Bison/Billedgalleri.htm> (20/5 2012)

Hjemmeside 70

- http://ahmetspahic.blogspot.com/2011_01_01_archive.html (20/5 2012)

Hjemmeside 71

- http://www.biopix.dk/europaeisk-vildhest-tarpan-equus-caballus-gmelini_photo-10333.aspx (20/5 2012)

Hjemmeside 72

- <http://367ture.dk/site/Hjortebakken/> (20/5 2012)

Hjemmeside 73

- <http://www.fugleognatur.dk/gallery.asp?mode=ShowLarge&ID=24695> (20/5 2012)

Hjemmeside 74

- <http://bennyp.dk/Pattedyr/slides/Vildsvin%20unge.html> (20/5 2012)

Hjemmeside 75

- <http://www.juelsminde-planteskole.dk/Boegehaek.html> (20/5 2012)

Hjemmeside 76

- <http://blog.valtech.dk/2009/12/flash-and-iphone-sitting-in-a-tree/> (20/5 2012)

Hjemmeside 77

- <http://www.kulturarv.dk/fortidsminder/oplevel-i-landskabet/monumenter-i-landskabet/storstensgrave/stenalderens-grave/stendysser-og-jaettestuer/> (20/5 2012)

Hjemmeside 78

- <http://www.google.dk/imgres?imgurl=http://natsunivers.dk/Nord/rune.jpg&imgrefurl=http://natsunivers.dk/rune.php&h=232&w=1011&sz=84&tbnid=15>

[AEIaSLQe9GM:&tbnh=32&tbnw=139&prev=/search%3Fq%3Drunealfabetet%26tbm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=runealfabetet&docid=wHsWzMws6G7z9M&sa=X&ei=pSi5T6DEIsvFtAbu7I3jBw&ved=0CHIQ9QEwBQ&dur=13](http://www.google.dk/search?q=husdyr+jernalderhus&um=1&hl=da&sa=N&rlz=1C1CHMO_daDK473DK473&biw=1366&bih=643&tbnh=32&tbnw=139&prev=/search%3Fq%3Drunealfabetet%26tbm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=runealfabetet&docid=wHsWzMws6G7z9M&sa=X&ei=pSi5T6DEIsvFtAbu7I3jBw&ved=0CHIQ9QEwBQ&dur=13) (20/5 2012)

Hjemmeside 79

- http://www.google.dk/imgres?q=husdyr+jernalderhus&um=1&hl=da&sa=N&rlz=1C1CHMO_daDK473DK473&biw=1366&bih=643&tbnh=32&tbnw=139&prev=/search%3Fq%3Drunealfabetet%26tbm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=runealfabetet&docid=wHsWzMws6G7z9M&sa=X&ei=pSi5T6DEIsvFtAbu7I3jBw&ved=0CHIQ9QEwBQ&dur=13
http://www.denstoredanske.dk/Danmarkshistorien/I_begyndelsen/Jernalderen/Det_nye_bondesamfund/Agre_og_kv%25C3%25A6g&docid=qac3pCM06eRV0M&imgurl=http://www.denstoredanske.dk/%2540api/deki/files/82020/%253Dbd-01-273.jpg%253Fsize%253Dwebview&w=550&h=378&ei=c065T5LzOIjItAa277GQC&zoom=1&iact=hc&vpx=579&vpy=312&dur=16&hovh=186&hovw=271&tx=195&ty=114&sig=112510837740582759517&page=1&tbnh=139&tbnw=188&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:8,s:0,i:85
 (20/5 2012)

Hjemmeside 80

- http://www.google.dk/imgres?q=kreatur+i+stald&um=1&hl=da&rlz=1C1CHMO_daDK473DK473&biw=1366&bih=643&tbnh=32&tbnw=139&prev=/search%3Fq%3Drunealfabetet%26tbm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=runealfabetet&docid=wHsWzMws6G7z9M&sa=X&ei=pSi5T6DEIsvFtAbu7I3jBw&ved=0CHIQ9QEwBQ&dur=13
<http://campingliv.info/oplevelser/gl-estrup-slot.html&docid=wVQK8RbvFygFM&imgurl=http://campingliv.info/images/gammel%252520estrup/kreaturer.JPG&w=702&h=468&ei=o065T5buEtHMsgbPkIXaBw&zoom=1&iact=hc&vpx=1050&vpy=305&dur=9654&hovh=183&hovw=275&tx=214&ty=144&sig=112510837740582759517&page=1&tbnh=137&tbnw=150&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:11,s:0,i:89> (20/5 2012)

Hjemmeside 81

- <http://danmarkshistorien.dk/leksikon-og-kilder/vis/materiale/kvinder-i-danmarks-vikingetid/> (21/5 2012)

Hjemmeside 82

- <http://www.youtube.com/watch?v=gwtmk1ZjhY0> (21/5 2012)

Hjemmeside 83

- <http://www.ordbogen.com/opslag.php?word=augment&dict=auto> (4/4 2012)

Hjemmeside 84

- http://www.denstoredanske.dk/It,_teknik_og_naturvidenskab/Informatik/Software,_programmering,_internet_og_webkommunikation/QR-koder?highlight=QR%20koder (23/5 2012)

Hjemmeside 85

- http://www.denstoredanske.dk/It,_teknik_og_naturvidenskab/Elektronik,_teletrafik_og_kommunikation/Antenner_og_b%C3%B8lger/GPS?highlight=GPS (23/5 2012)

Hjemmeside 86

- <http://www.dengamleby.dk/aarhus-streetmuseum/> (23/5 2012)

Hjemmeside 87

- <http://www.museumoflondon.org.uk/Resources/app/you-are-here-app/home.html> (23/5 2012)

Hjemmeside 88

- <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2012-0197&language=DA> (23/5 2012)

Hjemmeside 89

- http://www.kulturarv.dk/fileadmin/user_upload/kulturarv/publikationer/emneopdelt/museer/national_brugerundersogelse_2009_2.pdf (23/5 2012)

Hjemmeside 90

- <http://userexperiencedesign.dk/metoder/prototyper/horisontale-og-vertikale-prototyper/> (25/5 2012)

Hjemmeside 91

- <http://www.augmentedplanet.com/2010/03/junaio-2-0-now-an-augmented-reality-browser/> (29/5 2012)

Hjemmeside 92

- <http://en.wikipedia.org/wiki/Layar> (29/5 2012)

Hjemmeside 93

- <http://www.layar.com/browser/> (29/5 2012)

Hjemmeside 94

- https://www.gprt.ufpe.br/grvm/Publication/FullPapers/2010/SVR2010_Reiset al.pdf (29/5 2012)

Foldere:

Folder 1

- Moesgård Museum: *Vandreture ved Moesgård*, Narayana Press, Gylling, 2006

Bilag

Bilag 1

Dette er information som er tilsendt fra Kvindemuseet

Fakta om digitalguiden:

Ekstern støtte:

Kulturarvsstyrelsens formidlingspulje (tipsmidler) bevilget 285.000kr

Oticon Fonden bevilget 40.000 kr

Tekster og billeder er udvalgt fra Kvindemuseets samling som supplerende illustrationer og fortællinger til museets basisudstilling: Kvinders liv fra urtid til nutid.

Samarbejdspartnere:

Aarhus Medieværksted, som lagde faciliteter til indtaling af speak på dansk, engelsk og tysk

Center for Tegnsprog, afdeling i Århus og hovedafdeling i København – som forestod udvikling og filmoptagelsen af tegnsprogsdelen

Clever Media, Mölndal, Sverige, som fil billeder, film og lydfiler fremsendt – og forestod digitaliseringen og programmering af PDA'erne (de håndholdte computere)

Til udstillingen **Kvinders liv fra urtid til nutid:**

PDA'erne indeholder 10 fortællinger af 10-14 minutters længde - i alt godt 2 timers fortælling på tre sprog

Heraf er 5 fortællinger tolket på tegnsprog – i alt godt 1 times fortælling på tegnsprog.

3 kronologiske forløb:

Fra urtid til middelalder *

Renæssance og oplysningstid *

Nyeste tid *

7 tværgående temaer:

Tjenestepigeliv

Pige- og kvindehjem

fødsler og moderskab

Husførelse *

Besættelsen *

Kvindebevægelse

Krop og frihed

*Tegnsprog kan vælges til de tre kronologiske historier og to af de tværgående temaer om husførelse og besættelsen.

Tidligere fortællinger til udstillingen Barndommens historie fortalt som pigernes og drengenes historier (blev produceret som en del af udstillingsdelen om barndom)

indeholder 6 fortællinger af 10-12 minutters længde – i alt godt 1 times fortælling på to sprog: dansk og engelsk

Bilag 2

Dette er information som er tilsendt fra Kvindemuseet

Fakta info om audioguiden

Denne faktainformation har vi liggende.

Den omhandler kun en af de tre tilbud, vi har udformet på digitalguide (det er mere end audio- da der også er billeder og film på)

Den første, vi udformede, har 6 tematiske forløb gennem pigernes og drengenes historier. Temaerne svarer til dem, udstillingen er inddelt i: Familie, arbejde, skole, tøj og krop, leg og fritid, bøger og medier. Teksten parallelt på engelsk og dansk.

Den anden er beskrevet i vedhæftede 'fakta om..' og findes parallelt på engelsk, tysk og dansk samt udvalgte på tegnsprog.

Den tredje digitalvandring fører ud i byen i fodsporene på fire børn, som er opvokset i Aarhus, hvor man kan opleve deres barndoms gader og skoler mellem 1920 og 1950.

I mellemtiden er Clever Media i Mölndal i Sverige gået konkurs. De havde lavet noget tilsvarende omkring Mölndal museum, som jeg blev meget inspireret af til udformning af vores.

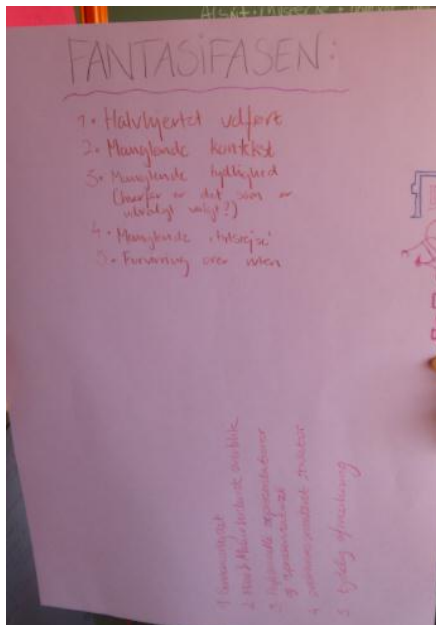
Bilag 3

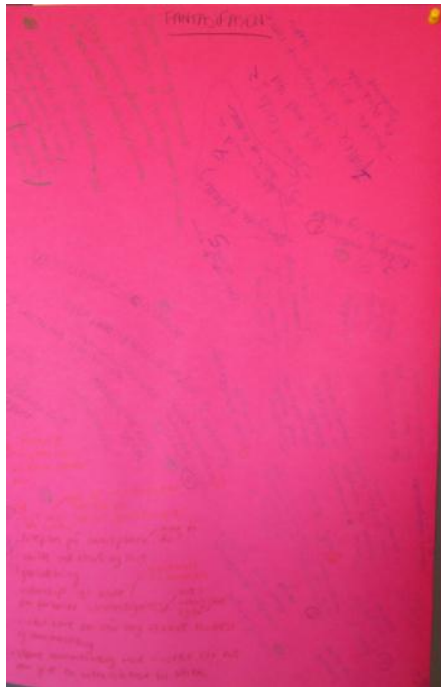
Billeder af brugernes proces gennem de tre faser – kritik-, fantasi- og virkelighedsgørelsesfasen - under fokusgruppeinterviewet

Kritikfaseprocessen



Fantasifaseprocessen





Virkelighedsgørelsesfasen

