

Hvor er oplevelsespotentialt?

- Udnyttelse af oplevelsespotentialt i digital kulturformidling via apps

Aalborg Universitet

Det Humanistiske Fakultet

10. semester

Oplevelsesdesign

Vejleder: Thessa Jensen

Afleveringsdato: 31. maj 2013

Typeenheder: 179.045

Sideantal: 74,6

Helle Gransgaard

Abstract

The purpose of this master thesis is to investigate the potential of experience and digital mediation in museums of cultural history via apps. Based on the investigation of the experience potential, a set of requirements for the successful experience design is identified.

Based on different theoretical interpretations, with main emphasis on 'the psychological structure of the experience' by Christian Jantzen and Michael Vetner and an autoethnographic experience, the term 'experience' has been defined. Based on a modified interpretation of cultural understanding and analysis that is applicable in the museum setting, the term 'cultural mediation' has been defined. From these two definitions, the experience potential has been defined.

Implementation of the experience potential is possible, using digital mediation via apps, by use of the model Multiverse by Joseph Pine, and Kim Korn. Mihaly Csikszentmihalyi's flow theory has been used to set up preconditions for the experience design to create flow for the user interacting with the experience design. Both studies have illuminated further requirements to the experience design. If all requirements are met by the experience design, there is a considerable possibility that experience potential within will be fulfilled.

The focus of the applied working method is the user experience at the museum, the historical culture, and the mediation of this, in relation to the chosen technology; apps. Thus, the focus is on the possibilities of the experience in a user-centered mediation, and not on the technology and its inherent possibilities. This is not done due to lack of faith in the potential of technology, but due to great confidence in a potential of the user-experience that the can be promoted by technology. Based on the findings, it appears that the app can be used to promote the user-experience and fulfill the experience potential by fulfilling the requirements.

This investigation has identified a set of requirements that should be met in an experience design for digital mediation via app in cultural museums in order to fulfill the experience potential. The requirements can be used as an instrument for analysis and designing. As a tool for analysis, the requirements might be used to assess whether and how well the experience design meet the experience potential, with an app as the (structural) framework. As a tool for designing, the requirements can be used to expand the concept for an experience design and be a guideline for changing experience designs in order to fulfill their experience potential, through digital mediation, via apps at cultural history museums.

Indholdsfortegnelse

Abstract	3
Indledning	9
Studiejobs.....	10
Kurser og projekter.....	10
Praktik.....	11
Ansættelse i museumsverdenen.....	11
Museets arbejdsområder	12
Digital kulturformidling.....	14
Apps og mobile medier.....	15
Digitale guides.....	16
Lokationsbaserede apps	17
Opgavebaserede apps	18
Problemformulering.....	18
Specialets videnskabsteoretiske forståelse.....	21
Mening i museumssammenhæng	21
Forhåndenværende og vedhåndenværende	23
Kastethed	24
Breakdown	25
Mening i arbejdsmetoden	25
Autoetnografi.....	25
Hvad er en oplevelse?	27
Kroppens del i oplevelsen.....	30
Natteløbet som oplevelse	32
Definition af oplevelser	33
Oplevelsespotentiale – oplevelser	33
Krav til oplevelsesdesignet.....	34
Kulturformidling på kulturhistoriske museer.....	35
Museets kulturmodel	35
Det manifeste kulturlag.....	36
Proceslaget	38
Kerne-kulturen.....	40

Kulturformidling på kulturhistoriske museer	43
Oplevelsespotentiale – oplevelse + kulturformidling.....	43
Krav til oplevelsesdesignet – kulturformidling.....	44
Digitalt via apps	45
Multiverset	45
Reality	46
Warped reality	46
Virtuality.....	47
Augmented virtuality	47
Augmented reality	47
Alternate reality.....	48
Physial virtuality	48
Mirrored virtuality	48
Oplevelse og digital kulturformidling via apps	48
Krav til oplevelsesdesign – digitalt via apps.....	49
Motivation og engagement	51
Flows dimensioner.....	52
Resultaterne af flow	52
Forudsætninger for flow.....	53
Krav til oplevelsesdesignet – flow	54
Krav til oplevelsesdesign.....	55
Krav som analyseredskab	57
Hvor er oplevelsespotentialet	69
Åbning mod øst – digitale guides.....	69
Digitale tråde over landskabet – lokationsbaserede apps	70
Koldkrigsspionen – opgavebaserede apps	70
Natteløbet – app vs. den fysiske event	70
Krav til oplevelsesdesign som analyseredskab.....	71
App'en Museets Mysterier	73
Beskrivelse af Museets Mysterier	74
Vejledning til Museets Mysterier.....	76
Mysterier	77
Kort.....	77

Søg i arkiv.....	78
Om denne app	78
QR-scanner	78
Flowcharts.....	79
Krav som designredskab	81
Krav til oplevelsesdesignet som designredskab.....	89
Konklusion	91
Perspektivering.....	93

Indledning

Jeg har været på en del museer både med skole og familie, og på ferier i nye lande og byer ser jeg ofte efter, hvilke museer denne by har. Når jeg kommer til museet i den nye by, går jeg ind på museet, får måske en audioguide eller en lille folder, går til venstre, står et stykke tid ved hver genstand og læser lidt af teksten – lang nok tid til at jeg kan sige, at nu har jeg set det – og så kigger jeg lidt i museumsbutikken før jeg går igen. Disse forholdsvis faste rammer for mit museumsbesøg har jeg ikke undret mig over før. Men gennem min bacheloruddannelse: Interaktive Digitale Medier og min kandidatuddannelse: Oplevelsesdesign er jeg dog, efter at have beskæftiget mig med museumsformidling gennem projekter, studiejobs og praktik, begyndt at se på museer på en lidt anden måde. Disse uddannelser har fokus på hhv. digitale medier og digitale medier med fokus oplevelsen hermed og jeg har gennem både studieprojekter, praktik og studiejobs hovedsageligt beskæftiget mig med mobile medier og apps. Derfor har mit ændrede syn på museumsbesøget og museumsformidlingen også digitale medier hovedsageligt i form af apps og oplevelser som omdrejningspunkt. Det har fået mig til at undre mig over, om et museumsbesøg skal være sådan og om det ikke kan gøres bedre?

Min udannelse har gjort mig mere opmærksom på de museer, hvor det faktisk ser ud som om, det bliver gjort bedre, og jeg har stiftet bekendtskab med mange forskellige digitale produkter til kulturformidling, både apps og andre digitale produkter. Mange af de apps, jeg er blevet bekendt med, har været velgennemtænkte, sjove, haft nye funktioner, sjove features og et flot grafisk design. Men i forhold til nogle af disse apps (ikke alle), har jeg følt, at hvis jeg benyttede dem på et museum, så ville jeg stadig ende med, at gå til venstre og stå ved hver genstand i så lang tid, som jeg følte var nødvendig. Nu bare med en smartphone i hånden frem for en folder. Og så kan jeg jo igen undre mig.

- Kan museumsbesøget gøres bedre gennem brugen af apps?

Gennem teoretisk og praktisk erfaringer er min forståelse for dette aspekt vokset, og derfor har min undren også gradvist ændret sig ud fra den viden og forståelse, som jeg løbende har fået. Jeg vil forsøge at beskrive forløbet i denne ændrede forståelse for digital formidling via apps og dermed også beskrive, hvordan min oprindelige undren har ledt til problemformuleringen i dette speciale. Derfor vil jeg kort beskrive mine erfaringer fra studiejobs, kurser og projekter, praktik og projektansættelse og opstille min undren i forhold til arbejdet i de forskellige sammenhænge.

Hvor er oplevelsespotentialet?

Studiejobs

I mine studiejobs har jeg lavet flere undersøgelser omkring blandt andet det digitale projekt Noorhjem, som indeholdt historier om en fantasyverden og opgaver, som brugerne kunne finde svar på i den fysiske verden og løse på mobilen. Derudover har jeg lavet undersøgelser om andre mobilløsninger bygget op omkring spørgsmål og svar. Alle løsninger var tiltænkt forskellige attraktioner i Nordjylland. Disse undersøgelser har givet mig viden omkring brugeres tilgang og interaktion med digitale produkter, samt deres adfærd på attraktioner. Jeg vurderer ud fra disse undersøgelser, at brugerne ofte så ting på attraktionen, som de ikke før havde set og benyttede attraktionen anderledes, fordi de nu skulle svare på spørgsmål her og ikke fx kun prøve forlystelserne. Der var dog ikke mange brugere på attraktionerne, som kendte til de mobile løsninger og de blev benyttet af en næsten usynlig procentdel af de besøgende. Derudover var det de færreste attraktioner, som benyttede mobile løsninger, og de som gjorde synes ikke at benytte disse aktivt. Dette medførte følgende undren:

- Hvorfor er der så få brugere, der benytter de digitale produkter på attraktionerne?
- Hvordan får man flere brugere til at benytte digitale produkter på attraktioner?
- Hvorfor er der ikke flere attraktioner, der har digitale produkter, som deres brugere kan benytte?

Her er jeg klar over, at attraktionens grad af interesse også kan hænge sammen med brugernes og omvendt.

Kurser og projekter

De forskellige digitale og medier teori heromkring både i museums kontekster og andre kontekster, som jeg er blevet præsenteret for gennem min uddannelse, har givet mig en bred teoretisk forståelse for digitale mediers muligheder og begrænsninger samt eksisterende produkter. Denne teoretiske viden har jeg blandt andet benyttet i projekter på 7. og 8. semester, hvor jeg har behandlet henholdsvis digital kulturformidling i det åbne oplevelsesrum og skabt en detektivfortælling, som fungerede som kulturformidling, på museet Dorf Møllegård. Det første projekt var hovedsageligt en analyse og gav mig praktisk forståelse for forskellige oplevelsesmæssige virkemidler og deres effekt ved brugeren. Mit 8. semesterprojekt var et designprojekt, som blandt andet byggede på forståelserne fra det foregående omkring sammenblandingen mellem det digitale og den fysiske verden. Ud fra dette projekt vurderede jeg, at detektivfortællingen og designet skabte et erfaringsgrundlag og en interesse hos brugerne omkring museets fortællinger og udstillinger¹.

¹ Mit 8. semesterprojekt er den direkte forløber for dette speciale

Studiejobs, kurser og projekter har altså skabt en forståelse af, at oplevelser kan skabe en effekt hos brugerne og kan spille en rolle i kulturformidling og blandt andet give et erfaringsgrundlag og skabe interesse for kulturen. Som rammesætningen for dette ses oplevelsesdesignet, som er et design, der skaber den ramme som muliggør oplevelsen for brugeren. Projektet 'En detektivkulturformidlingsfortælling' har været grundlaget for et optimistisk syn på oplevelser og oplevelsesdesign i forbindelse med kulturformidlingen. Dog har jeg, som med de digitale medier ikke stiftet bekendtskab med et overvældende antal af museer, som har fokus på brugerens oplevelsen med de digitale produkter. Dette har skabt følgende undren:

- Hvorfor er der ikke flere museer, der benytter oplevelsesdesign?
- Hvorfor er der ikke flere museer, der forsøger at skabe interesse for deres formidling og læring igennem digitale medier og oplevelser? (jeg kan jo se, at de har en effekt)

Praktik

Min optimisme omkring oplevelsesdesigns muligheder og undren omkring den manglende brug af oplevelsesdesign og oplevelser i den digitale formidling på museer havde jeg med mig i mit praktikophold på 9. semester. Forskellen mellem den hovedsageligt teoretiske optimisme omkring oplevelsesdesign og den mere praktiske og økonomiske brug var dog større end jeg havde regnet med. Her erfarede jeg blandt andet, hvor store udgifter der er ved at producere digitale produkter. Langt de fleste digitale produkter, som jeg har stiftet bekendtskab med har været finansieret gennem fondsmidler og dermed har dette sandsynligvis været en grund til, at projekterne er blevet til virkelighed. Gennem praktikperioden fik jeg også det indtryk, at museer i højere grad synes, at efterspørge informationsprodukter til deres museer frem for oplevelsesprodukter. Dette har vagt min undren omkring disse problemstillinger:

- Hvorfor efterspørger museerne ikke digitale oplevelsesprodukter?
- Vil museerne altid skulle have fondsmidler for at have råd til at inddrage digitale medier?

Ansættelse i museumsverdenen

Efter endt praktikophold blev jeg projektansat som projektleder og indholdsskaber ved Museerne i Brønderslev Kommune, hvor jeg skulle være med til at skabe en app til museets nye skoletjeneste. Denne app skulle tage udgangspunkt i mit eget projekt fra 8. semester og er blevet til app'en 'Museets Mysterier'. Denne app vil jeg senere inddrage i specialet. I mit samarbejde med museet fik jeg kendskab til Organisationen Danske Museer og deltog i marts 2013 på deres internationale formidlingsseminar. Herved har jeg fået et indblik i museumsverdenen og nogle af de tanker og handlinger, der ligger bag fx brugen af apps. Blandt andet har jeg erfaret, at selv om digital formidling på museerne er et stort samtaleemne i øjeblikket, så er det stadig de færreste museer, som rent

faktisk benytter det. Det synes også, at museerne i højere grad vælger teknologi og digitale medier for selve teknologiens skyld og ikke for formidlingens. Jeg har blandt andet talt med en museumsansat, som havde et museum, hvor de havde besluttet sig for at bruge 3D på smartphone. I deres løsning kunne brugeren se på et postkort eller en tegning af en figur gennem sin smartphone og se denne figur i 3D herpå. Det var dog først efter at have benyttet teknologien i et år, at de fandt ud af, hvordan den kunne bruges i sammenhæng med den formidling, de ellers havde på museet. Derudover har jeg snakket med museer, som har fået apps, men ikke været helt tilfredse med det app'en egentlig kunne eller ikke kunne. Det har skabt følgende undren ved mig:

- Hvorfor vælger museerne teknologi i formidlingen?
- Hvordan passer museernes digitale medier med museets formidling?
- Hvorfor er nogle museer ikke tilfredse med den digitale formidling, de får?
- Hvilket udbytte ønsker museerne egentlig af den digitale formidling?

Mange af disse spørgsmål og meget af denne undren drejer sig om arbejdsgangen på museer og om strategiske beslutninger fra museernes side. Dette projekt vil ikke handle om strategiske beslutningsprocesser på museer eller museet som en organisation. Det kræver dog en vis forståelse for museet og museernes arbejde, at kunne få en forståelse for problemstillingerne i de forudgående spørgsmål og dermed også for at kunne undersøge, hvorfor museerne ikke benytter oplevelsesdesign og hvordan museumsbesøget kan gøres bedre gennem brugen af apps. Derfor vil jeg beskrive museets arbejdsområder.

Museets arbejdsområder

Statsejede museer, museer som får et statstilskud hvert år, er opdelt i fem grupper: kulturhistoriske museer, kunstmuseer, naturhistoriske museer, statsanerkendte museer og statslige museer (Kulturministeriet, 2006). Specialet beskæftiger sig med de kulturhistoriske museer, da det er her min praktiske erfaring ligger og dermed også heromkring mine spørgsmål er opstillet. Jeg ønsker ikke i dette speciale at sammenligne de kulturhistoriske museer med andre og derfor vil de andre grupper af museer ikke blive omtalt yderligere i dette speciale.

Statsejede kulturhistoriske museer har gennem museumsloven fem søjler, som de skal udføre arbejde med museets samlinger indenfor. Disse er indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling. I indsamlingen skal museet indsamle genstande, viden, historier mv. omkring den kultur, som museet beskæftiger sig med. Alt dette skal registreres. Når genstande er registeret er de blevet bevaringsværdige og må i princippet ikke røres eller benyttes. Det ligger også i museets arbejde, at forske indenfor den kultur, som museet arbejder med (Kulturministeriet, 2006). Som den sidste søjle findes formidling, som er den søjle, som dette speciale behandler. På baggrund af Kulturministeriet og

Kulturarvsstyrelsens udredning om fremtidens museumslandskab fra april 2011, blev museumsloven i 2012 ændret. Disse ændringer i museumsloven trådte i kraft 1. januar 2013. Ændringer sætter blandt andet større fokus på formidlingen. I denne ændring af museumsloven fremgår museets opgaver således omkring museets opgaver:

Gennem de indbyrdes forbundne opgaver indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling skal museerne i et lokalt, nationalt og globalt perspektiv

1) aktualisere viden om kultur- og naturarv og gøre denne tilgængelig og vedkommende,

2) udvikle anvendelse og betydning af kultur- og naturarv for borgere og samfund og

3) sikre kultur- og naturarv for fremtidens anvendelse. (Kulturministeriet a, 2012)

Især de to første opgaver, mener jeg, knytter sig til formidlingen, idet det i opgaverne ses, at der er en modtager af fx tilgængeligheden, udviklingen og betydningen og at denne er borgeren. De fire første søjler er derfor stadig vigtige, men jeg vurderer, at der arbejdes med disse for at netop at kunne skabe formidlingen, som arbejdet derfor centrerer sig omkring.

I udredningen fra 2011 tales der om, hvad der giver et bæredygtigt museum og i forbindelse med dette, at der må være et vist kvalitetsniveau i museumsarbejdet. I forhold til dette nævner udredningen, at det er nødvendigt, at museet har medarbejdere med de rette kompetencer og som kan varetage de forskellige arbejdsområder (Kulturministeriet og Kulturarvsstyrelsen, 2011). For at museet skal kunne udføre kvalitetsarbejde, må museet altså have ansatte med kompetencer indenfor alle områder. I arbejdet med de første fire søjler er det ofte historikere, arkæologer eller etnografer museerne ansætter og indtil museumslovens ændring i januar 2013 var det et krav, at museumslederen havde en museumsfaglig baggrund (Kulturministeriet og Kulturarvsstyrelsen, 2011). Personer med denne baggrund vil have nogle kompetencer, som kan føre til kvalitetsarbejde med disse søjler. Disse er dog ikke alle specifikt uddannet til at have kompetencer indenfor formidling. På formidlingsseminaret erfarede jeg, at flere af deltagerne arbejder som kommunikationsansatte eller formidlere på de respektive museer. Dermed bliver der øjensynligt ansat personer udelukkende til dette. Museerne synes altså, at skulle fungere som en mindre virksomhed, hvor ansatte arbejder indenfor hver deres forskellige kompetenceområder og tilsammen opfylder alle krav om kvalitet på alle områder. Der synes dog at være et problem i forhold til kravene om kvalitetsarbejde med alle fem søjler.

Ved Museerne i Brønderslev Kommune var der i min ansættelsesperiode to fastansatte medarbejdere. Begge uddannede historikere og derfor med deres

Hvor er oplevelsespotentialet?

naturlige spidskompetencer indenfor de første fire museumssøjler. På et større museum vil de have muligheden for at ansætte personer indenfor de forskellige områder, hvorimod de på mindre museer ikke har muligheden for flere ansatte og derfor ikke kan opfylde kravene om kvalitet indenfor alle arbejdsområder. Selv med de rette kompetencer hos to ansatte, mener jeg ikke, at der er tid til arbejdet med alle søjler. Når et museum som fx Museerne i Brønderslev Kommune skal varetage alle arbejdsopgaver, kan det derfor formodes, at de ikke har tid og muligvis heller ikke de fornødne kompetencer til at have fokus på formidlingen, som i loven fra 2013 er det store fokusområde. Statsstøtten og museumsloven vurderer jeg, som grundlaget for at mindre museer kan eksistere, men de to samme aspekter kan også være en grund til, at disse museer vil forsvinde, idet de ikke har muligheden for at opfylde kravene om kvalitet indenfor alle arbejdsområder grundet for få ansatte og uden mulighed for at ansætte nok. For at vende tilbage til min forudgående undren, så kan en af grundene til, at museerne ikke beskæftiger sig med oplevelser, oplevelsesdesign og digitale medier i deres formidling derfor være, at museerne ikke har tiden eller kompetencerne til at gøre det. Med et stadigt fokus på formidlingen kan man spørge:

- Hvordan kan de mindre museer skabe kvalitet i deres formidling med de kompetencer, som de ansatte besidder?

Og her vender vi igen tilbage til en forudgående undren. Min hypotese omkring oplevelsesdesign er nemlig, at dette vil kunne give kvalitet i formidlingen. Er dette sandt, vil det derfor kunne hjælpe de mindre museer på dette arbejdsområde. Da det er gennem formidling, at man er i kontakt med brugerne, vil dette muligvis også kunne medføre flere besøgende på museerne. Spørgsmålet må derfor være:

- Hvordan får museerne tid og kompetencer til at skabe digital formidling via oplevelser?

I dette speciale vil jeg ikke se på, hvordan museerne får denne tid eller disse kompetencer, da jeg som nævnt vil afgrænse mig fra det strategiske og organisatoriske arbejde på museet. Men jeg er opmærksom på, hvordan dette kan være et problem for museerne.

Jeg er ikke den første, der ser et potentiale i den digitale version af formidlingen. Der har udover et fokus på formidling også været et politisk fokus på digital formidling på museerne.

Digital kulturformidling

Det politiske fokus ses blandt andet i politiske udredninger omkring digitalisering af kulturarven fra 2008 og Kulturministeriets digitaliseringsstrategi fra 2009 (Kulturministeriet, 2010, s. 18). Fra kulturministeriet side blev der i

2010 ud over statsstøtten oprettet puljer øremærket til blandt andet formidling og digitalisering (Kulturministeriet, 2010, s. 37). Disse puljer kan museerne søge til projekter, som omhandler formidlingen og den digitale formidling på de enkelte museer. Min hypotese om at museerne ikke har tilstrækkelig viden omkring den digitale formidling understøttes blandt andet af udredningen fra 2013, hvor der står:

"Der er behov for en mere systematisk videndeling om erfaringer med forskellige formidlingsformer." (Kulturministeriet og Kulturarvsstyrelsen, 2011).

Yderligere støttes hypotesen af etableringen af 'Center for digital museumsformidling - Meaning Making Experience (MMEx)' i marts 2012, som *"...samarbejder med og understøtter museerne i at skabe digitale formidlingsprojekter [...] gennem videndeling, rådgivning og nyskabende produktioner."* (MMEx, 2012). Her kan museer søge rådgivning og sparring omkring den digitale formidling (MMEx, 2012).

Som nævnt vil jeg grundet min erfaring beskæftige mig med mobile medier og herunder apps i forbindelse med den digitale formidling. Derfor vil jeg kort beskrive apps og kulturhistoriske museers brug af disse.

Apps og mobile medier

Apps er en forkortelse for applikationen og består af mindre, selvstændige programmer, der kan downloades til mobile enheder (Dictionary, 2013). Dermed har apps de forudsætninger, som enheden og det mobile medie har, og når enheden udvikles, udvikles også mulighederne for brugen af nye apps. Mobile medier er derved ikke nødvendigvis apps, men apps har de muligheder som det mobile medie har. Apps kan bruges til smartphones og tablets, og det er smartphonemediet, som dette speciale som udgangspunkt drejer sig om.

En smartphone eller en tablet er i bund og grund en lille computer, hvor der er touch screen. En smartphone kan ringe og sende og modtage sms'er som en del af selve enheden (Cassavoy, 2013). I 2012 havde 99% af 16-44-årige en mobiltelefon eller en smartphone (Pedersen, 2011). I 2011 var det 30% af danskerne mellem 18 og 64 år, som havde en smartphone og i 2012 var dette tal steget til 45% (Google, 2012, s. 8). Denne markante stigning kan være et tegn på et stødt stigning af antal smartphonebrugere i Danmark. Det er 69% af alle smartphonebrugere, der ikke forlader hjemmet uden deres smartphone (Google, 2012) og dette tal viser, at smartphones mobilitet medfører, at denne er med overalt og derfor også kan blive brugt overalt af brugeren. Mange bruger adgangen til internet og mulighederne her, mens også apps bliver benyttet. Ifølge Googles undersøgelse af 1000 respondenter mellem 18-64 år havde disse i gennemsnit benyttet 13 apps i de forudgående 30 dage (Google, 2012, s. 10, 17).

Hvor er oplevelsespotentialer?

Brugerne har via smartphonen et mobilt medie, som mange af disse har med sig overalt. Apps fra museer på en smartphone kan derfor ligeledes benyttes overalt. Enten kan museerne se apps i brugernes kontekst, hvor disse kan benyttes af brugerne hvor disse er, eller også skal museerne se brugerne og deres smartphones i museets kontekst, hvor brugerne har medbragt deres smartphone og derved kan benytte denne indenfor museets rammer. Her ønsker jeg hovedsageligt, at se på smartphonen på museet, for at gøre dennes rolle i formidlingen her tydelig. Her kan museerne fx også bruge smartphones til at skabe en sammenhæng mellem brugernes kontekst og museets. Brugen af smartphonemediet har altså nogle muligheder i forhold til mediet samt brugernes og museets kontekst. For at undersøge, hvilke rejser spørgsmålet:

- Hvilke apps findes der fra kulturhistoriske museer?

For at kunne svare på dette og måske komme nærmere en forståelse af, hvordan disse apps kan gøre et besøg bedre end det ville have været uden, har jeg gennemgået en række apps fra kulturhistoriske museer. Disse har jeg samlet i tre kategorier, som beskrives herunder. Gennemgangen af de forskellige apps kan ses i Bilag 1, Gennemgang af apps.

Digitale guides

Størstedelen af de apps, jeg har stiftet bekendtskab med i forhold til kulturformidling, indeholder hovedsageligt tekst, billeder, video og audio. Dette er alt sammen noget, som kan vises eller afspilles direkte fra smartphonen. Idet disse apps beskæftiger sig med museets konkrete samling og giver information til denne, betegner jeg denne gruppe af apps, som 'digitale guides'.

Alle de gennemgåede apps tager udgangspunkt i steder (fx kirker eller museer), hvor app'en skal benyttes og dermed i brugerne og deres smartphone på et givent sted. Formålet for alle apps synes at være, at give brugeren informationer. Enten informationer, hvor der ikke findes nogen på stedet eller ekstra informationer ud over de, der findes på stedet. Denne information gives via de forskellige medieformer og alle apps indeholder en stor mængde information i både lyd, tekst, billeder og video. En mængde som jeg vil stille spørgsmålstegn ved, om det er muligt at nå, mens man befinder sig på museet.

Meget af indholdet i disse apps er udskifteligt og dette giver museerne mulighed for at ændre indholdet i app'en og dermed løbende indsætte ny viden. Det kan være en administrativ lettelse for museerne, idet fx plancher kan blive unødvendige. Disse apps kan derfor overordnet ses som en digitalisering af plancher, hvor informationen er på flere medier frem for udelukkende på tekst eller som audioguide. Denne digitalisering medfører, at brugerne kan tage informationerne væk fra museet og benytte disse i andre situationer og andre kontekster. Men spørgsmålet er, om der er forskel på formidlingen gennem app'en og museets anden formidling, hvor objekter fx fremvises for brugeren

gennem en montre med tekst ved siden af. Derudover er spørgsmålet, hvad denne digitalisering og inddragelse af flere medier betyder for brugerens oplevelse på museet. For vil brugeren få oplevelser gennem brugen af app'en? Det undrer mig, at en teknologi som apps ikke kan benyttes til mere end blot en digitalisering, overføring og udvidelse af informationerne af den analoge samling. Dermed er rejst følgende undren og problemstillinger:

- Læser brugeren al information på museet?
- Hvor benytter brugeren disse apps?
- Hvilken formidling giver apps indenfor kategorien 'digitale guides'?
- Hvilken oplevelse giver brugen af apps indenfor kategorien 'digitale guides'?
- Kan apps bruges til mere end blot digitalisering og udvidelse af informationerne fra den analoge samling?

Her kræver de første spørgsmål en større undersøgelse af brugeradfærden på museer med de givne apps, hvilket ikke er foretaget og ikke vil blive foretaget i dette speciale. Det sidste spørgsmål besvares delvist i gennemgangen af de andre kategorier, da der heri udnyttes flere af teknologiens muligheder.

Lokationsbaserede apps

I denne kategori af apps udnyttes smartphonens mobilitet aktivt, idet app'en ikke kun benyttes på et museum, men på flere markerede lokationer. Smartphonens brug af GPS gør smartphonen til et lokationsbestemt medie (Hamilton, 2009, s. 395). Apps der bruger denne lokative funktion, vælger jeg derfor at kalde 'lokationsbaserede apps'.

Denne gruppe af apps har overordnet set samme formål som de digitale guides og ønsker at give informationer om kulturen eller naturen til brugerne. Forskellen fra de digitale guides er, at de lokative apps har flere punkter, hvor dette ønskeligt skal foregå. Nogle af disse apps benytter den lokative funktion aktivt ved kun at gøre det muligt at tilgå information fra udvalgte punkter. Dermed er brugeren "tvunget" til at besøge stedet for at bruge app'en og få informationen. Spørgsmålet er om dette giver brugerne en oplevelse?

Disse apps benytter flere af smartphonens teknologiske muligheder end digitale guides. Nogle af disse benytter fx kamera og digitale lag på den fysiske verden, hvilket går under betegnelsen 'augmented reality'. Funktion inddrager brugeren og lader denne handle med app'en i den fysiske verden og det synes derfor, at dette kan give mere i brugen af app'en. Dog benyttes denne funktion ikke som en del af selve formålet med app'en. Hvis brugeren ikke benytter app'en på lokationen, vil app'en fungere som de digitale guides. Dermed opstår nogle af de samme spørgsmål her som til kategorien digitale guides.

Hvor er oplevelsespotentialet?

I forhold til lokative apps opstår følgende nye problemstillinger:

- Hvordan kan man få brugere til at benytte de lokative apps på lokationen?
- Hvordan kan lokative apps være med til at skabe en oplevelse ved brugeren?

Opgavebaserede apps

Den sidste gruppe af apps, som jeg er stødt på gennem min afsøgning, er apps, der indeholder mere eller mindre fastlagte opgaver for deres brugere. Disse opgaver skal løses på forskellig vis. Denne gruppe af apps vælger jeg at betegne som opgavebaserede apps.

Apps i denne kategori indeholder informationer, som der også findes i digitale guides, dog ikke i lige så store mængder, og benytter lokationsbaserede punkter i løsningen af opgaverne. Apps fra denne kategori indeholder altså de samme funktioner, som de to foregående. Derudover gør apps i denne kategori brug af flere funktioner, som fx opkald til brugeren. Formålet er også her at give informationer til brugerne. Informationerne synes dog at være af mere kompleks karakter end blot informationer om steder eller genstande på museer. Alle undersøgte apps i kategorien opsætter rammer for at brugerens handlinger. Dermed er der øjensynligt flere muligheder for brugeren i interaktionen med apps fra denne kategori end det er tilfældet med de andre kategorier. Spørgsmålet er dog også her, om dette giver brugeren en oplevelse og i så fald hvilken? Dermed giver undersøgelsen af de opgavebaserede apps følgende spørgsmål:

- Giver de funktioner, der benyttes i den opgavebaserede apps, en oplevelse for brugeren?
- Hvilken oplevelsespotentialer har de opgavebaserede apps?

Problemformulering

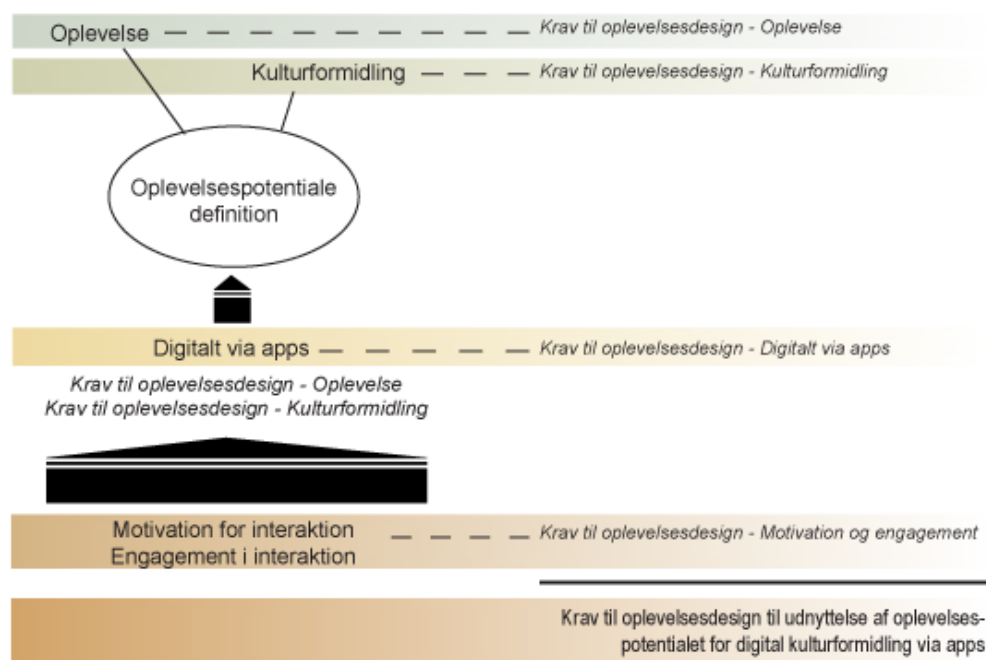
Efter at have undersøgt de forskellige apps, har jeg fået en forståelse for, hvordan disse bruges i forhold til museernes digitale kulturformidling. Dermed føler jeg, at jeg er kommet nærmere en forståelse af, om digitale medier kan ændre et museumsbesøg, og jeg ser inddragelsen og udnyttelse af oplevelser som en del af denne ændring. Dermed kan et af de grundlæggende spørgsmål: 'hvorfor der ikke er flere museer der benytter oplevelsesdesign i deres formidling?' også føres over til, 'hvorfor der ikke er flere museer, der benytter apps som et oplevelsesdesign i deres digitale formidling?' Svaret på det første spørgsmål, vurderer jeg, er grundet manglende viden om emnet fra museernes ansattes side. Derfor ønsker jeg at skabe en mulighed for, at museerne kan få denne viden. Dette forudsætter, at jeg undersøger, hvori der ligger et oplevelsespotentialer i kulturformidlingen via apps på kulturhistoriske museer. Ved en undersøgelse af dette vil jeg opstille en række krav, som skal være opfyldt for at et oplevelsespotentialer er opfyldt.

Dette vil dermed være en guide til museerne, som kan give dem viden omkring oplevelsespotentialiet i apps og opnåelsen heraf.

Derfor lyder dette speciales problemformulering:

Hvordan kan der ud fra oplevelsespotentialet for digital kulturformidling via apps på kulturhistoriske museer opstilles en række krav til et oplevelsesdesign og hvordan kan museerne udnytte oplevelsespotentialet ud fra disse krav?

For at kunne besvare denne problemformulering, må jeg først definere oplevelsespotentialet og herudfra vurdere, hvordan dette oplevelsespotentiale udnyttes på de kulturhistoriske museer via apps. Min struktur i specialet er beskrevet herunder.



Figur 1 Arbejdsmetode og struktur over specialet

Først ønsker jeg, at definere en oplevelse og herefter vil jeg definere genstanden for formidlingen på de historiske museer: kulturformidlingen. Dette mener jeg tilsammen vil skabe definitionen af oplevelsespotentialet og knytte oplevelser til formidlingen på museerne. Dette oplevelsespotentiale mener jeg kan udnyttes til at skabe digital kulturformidling via apps. Jeg ønsker yderligere at vurdere brugerens motivation for at interagere med app'en og engagement i interaktionen, idet det er brugeren, der skal formidles til gennem brugen af app'en. Alle dele vil skabe krav til et oplevelsesdesign, som vil kunne udnytte det aspekt, som der undersøges. Jeg vurderer, at alle krav samlet vil give en samlet række krav til et samlet oplevelsesdesign, som hvis de udnyttes vil medføre at oplevelsespotentialet udnyttes.

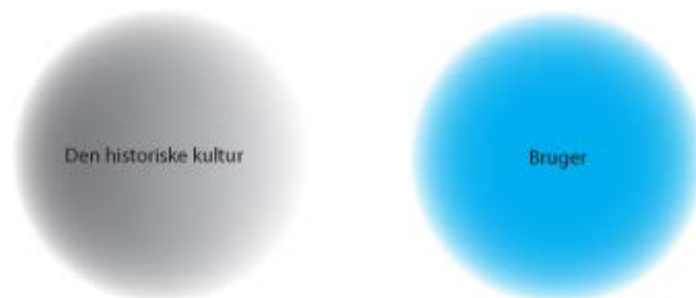
Hvor er oplevelsespotentialt?

Specialets videnskabsteoretiske forståelse

Den videnskabsteoretiske metode for dette speciale har sit omdrejningspunkt omkring Hans-Georg Gadamers hermeneutik og forståelse af begrebet mening². Denne metode vil også være grundlaget for forståelsen af brugernes besøg på museet og formidlingen her.

Mening i museumssammenhæng

Mening forstås af Gadamer som den mening, der skabes hos brugeren, når disse fortolker aspekter ud fra deres forforståelse og dermed deres forståelseshorisont (Winograd & Flores, 1986, s. 28). Brugerens forforståelse skal forstås som en *"levet forståelse"* og består af de forståelser og fordomme, brugeren har fået gennem den kontekst, som denne lever i (Pahuus, 2008, s. 151). For Gadamer er mening dog ikke kun skabt hos den enkelte fortolker, men også det der fortolkes har en mening. I forhold til museet, vil den historiske kultur som museet formidler omkring derfor ligeledes have en forståelseshorisont og dermed et sted, hvor mening kan skabes ud fra (Winograd & Flores, 1986, s. 28) (Pahuus, 2008, s. 157). Genstande fra den historiske kultur, som fx en le, vil ikke have en mening i sig selv (Pahuus, 2008, s. 140). Til gengæld vil leen kunne have en mening i forskellige kontekster, fx tilblivelsen af leen eller brugen af leen og dermed som en del af den historiske kultur (Pahuus, 2008, s. 157). På museet kan man se den historiske kulturs mening, som det der kan formidles om, og dermed er denne mening fast og set i forhold til museernes arbejde med de første fire søjler. Den historiske kultur har altså dermed en fast forståelseshorisont. Når en bruger kommer til museet, vil brugeren ligeledes have sin egen forståelseshorisont, som der fortolkes og derved skabes mening ud fra.

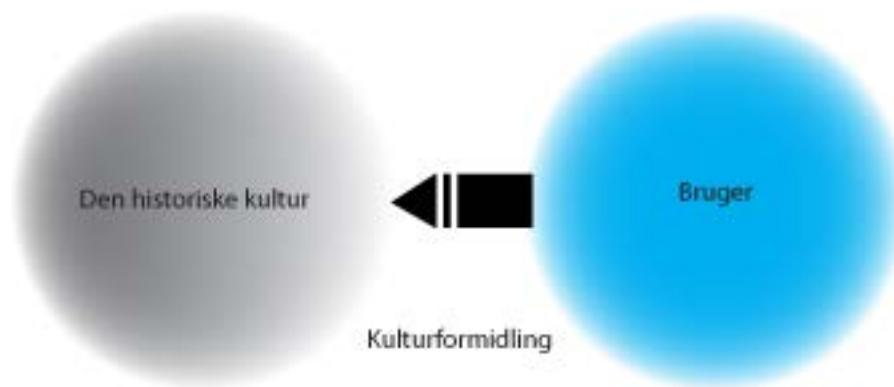


Figur 2 Den historiske kulturs forståelseshorisont og brugerens forståelseshorisont, hvis brugeren ikke kender til den historiske kultur.

² For en uddybning af den videnskabelige forståelse, se Bilag 2a, Gadamers meningsforståelse

Hvor er oplevelsespotentialet?

Gadamer ser ikke kun på fortolkning af genstande, men også en brugers fortolkninger af andre personer og dennes handlinger. Gadamer mener, at hvis et menneske skal forstå en andens handling, og dermed også den handling hvormed fx leen bliver benyttet, så forstår man altid dette ud fra sin egen forståelseshorisont (Pahuus, 2008, s. 150). Når en bruger kommer til museet vil denne derfor forstå den historiske kultur ud fra sin egen forståelseshorisont. For at kunne forstå en andens handlinger eller produkt af disse handlinger, siger Gadamer, at der må være et overlap mellem den andens forståelseshorisont og brugerens (Pahuus, 2008, s. 151). Det er altså museets opgave, at skabe et overlap mellem den historiske kulturs forståelseshorisont og brugerens, således at den mening, der opstår ved brugeren og er den mening, som den historiske kultur har, som fx brugen af leen. Da den historiske kulturs forståelseshorisont er fast må brugerens forståelseshorisont derfor skubbes i retning af den historiske kulturs. Dette sker via kulturformidlingen.

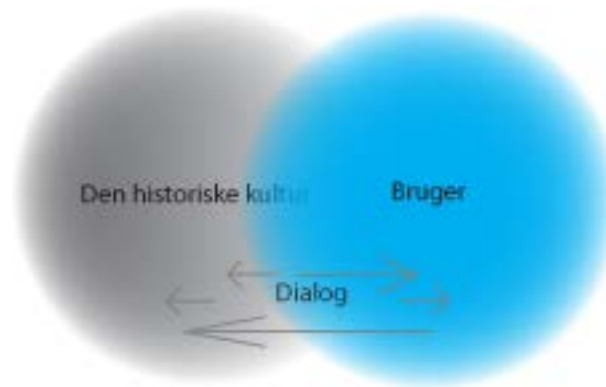


Figur 3 Kulturformidlingen skal få brugerens forståelseshorisont til at overlappe den historiske kulturs forståelseshorisont

At en persons forståelseshorisont overlapper en andens betyder dog ikke nødvendigvis, at denne person er enig med den anden (Pahuus, 2008, s. 153). Det er endvidere kun hvis brugerens forståelseshorisont har noget til fælles med den historiske kulturs forståelseshorisont, fx i personligheden, værdien eller forståelsen af verden i den anden persons handlinger med fx leen, at brugeren vil kunne forstå personen handlingerne udført i den historiske kultur og et overlap vil forekomme (Pahuus, 2008).

Gadamer siger yderligere, at det er muligt, for to forståelseshorisonter at overlappe hinanden i stigende grad (Winograd & Flores, 1986, s. 28). På museet vil dette kunne ske ved at brugeren går frem og tilbage i forståelsen af den historiske kultur og dermed har en *dialog* med denne. For eksempel vil viden om et punkt kunne føre til større forståelse for et andet, men stille nye spørgsmål til et tredje osv. (Pahuus, 2008, s. 153). Brugerens forforståelse vil derved udvides og hvad der synes meningsfuldt for brugeren, vil gradvist kunne stemme overens

med den mening, som findes i den historiske kultur. Dermed vil den historiske kultur i højere grad kunne være meningsfuld for brugeren.



Figur 4 En dialog mellem brugerens forståelseshorisont og de historiske kulturs forståelseshorisont kan skabe et større overlap mellem de to forståelseshorisonter

Det er altså museets opgave at skabe overlap mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kulturs forståelseshorisont, samt skabe en dialog herimellem for herved at gøre den historiske kultur meningsfuld for brugeren.

For at udbygge Gadamer's meningsforståelse vil jeg benytte mig af Martin Heideggers fire begreber: forhåndenværende, vedhåndenværende, kastethed og breakdown. Disse begreber er situeret i hverdagen og kan derfor ikke ses som værende direkte til stede under et museumsbesøg. Dog kan de skabe en forståelse af mulighederne omkring, hvordan den historiske kultur kan gøres meningsfuld for brugeren.

Forhåndenværende og vedhåndenværende

Heideggers begreber *forhåndenværende* og *vedhåndenværende* omhandler en brugers kendskab til og handlinger med fx objekter. Hvis brugeren fx ser et objekt på et museum eller læser om dette, så vil denne bruger kende til dette objekt. Dette kendskab til et objekt beskrives af Heidegger som forhåndenværende (Winograd & Flores, 1986, s. 33).

Det forhåndenværende omkring et objekt skaber ikke nødvendigvis mening for brugeren. Det er først, når en viden omkring et objekt bliver en del af brugerens forståelseshorisont og denne kan overlappe den historiske kulturs, at brugerens fortolkning kan skabe mening omkring dette, som kan stemme overens med den historiske kulturs mening. Jo mere kendskab brugeren har til et objekt, jo mere vil dette kendskab være en del af brugerens forståelseshorisont og denne vil rykke tættere på objektets forståelseshorisont og kunne skabe en dialog mellem objektet og brugeren. Heideggers begreb forhåndenværende er altså i forhold til mening et bidrag til den dialog, der foregår mellem brugeren og objektet. Der kan være flere grader af det forhåndenværende, som kan skabe denne dialog.

Hvor er oplevelsespotentialet?

Heidegger beskriver, at blot fordi et individ kender til karakteristika eller brugen af et objekt og dette derved er forhåndenværende for individet, så betyder det ikke, at denne ved, hvordan man benytter et objekt. For at kende til brugen af et objekt, må individet selv benytte dette. Ved brug bliver objektet en højere grad af forhåndenværende for brugeren. Hvis brugen af et objekt bliver rutine for individet og denne handler urefleksivt i brugen hermed, så vil objektet være vedhåndenværende for brugeren (Winograd & Flores, 1986, s. 33, 36).

Ses der på sammenhængen mellem mening og det vedhåndenværende, så kræves det, at et aspekt er meningsfuldt for brugeren, før dette kan være vedhåndenværende og brugeren kan handle urefleksivt hermed. Dette forudsætter dog ikke, at brugerens mening vil stemme overens med objektets mening. Hvis objekter på museet skulle være vedhåndenværende for brugeren, så måtte brugeren benytte dette objekt urefleksivt i en handling. Hvis det skulle være vedhåndenværende og meningsfuldt, så måtte brugeren benytte det urefleksivt til dets oprindelige formål. Dette vil ikke finde sted på museumsbesøget. Dog kan begrebet vedhåndenværende skabe en forståelse for, at rammer kan opsættes, så det teoretisk set er muligt, at gøre meningsfulde objekter vedhåndenværende for brugeren.

Er objekter vedhåndenværende, vil dette medføre, at individet handler urefleksivt i verden. Denne urefleksive handlen forbinder Heidegger med begrebet kastethed (Winograd & Flores, 1986, s. 33-36).

Kastethed

Kastethed opstår idet individet er kastet ud situationer og i disse situationer ikke kan undgå at handle. I selve situationen kan individet ikke reflektere over disse handlinger og effekten af handlingerne kan ikke forudsiges. Individet er altså "tvunget" til at udføre handlingerne urefleksivt i situationen. Skal en situation efterfølgende præsenteres eller reflekteres over, vil denne repræsentation ikke være fyldestgørende, idet denne kommer ud fra brudstykker af situationen. En refleksion fra individet vil blive foretaget med en ny forståelse end i selve situationen, da denne foregår efter hele situationen. (Winograd & Flores, 1986, s. 34-35). Et museumsbesøg vil ikke være en hverdagssituation for brugeren og dermed ikke en situation, hvori der bør kunne handles urefleksivt til alle tider. Dog vil dette kunne forekomme i nogle situationer hvis brugeren handler på museet.

I rutinesituationer, hvor brugeren er kastet i verden, kan brugeren tvinges til refleksion eller til at have fokus på det forhåndenværende frem for det vedhåndenværende i en situation. Dette sker, hvis der sker et breakdown for brugerne.

Breakdown

Et breakdown vil finde sted, hvis brugeren bliver forhindret i, at udføre sin rutinemæssige handling. Ved et breakdown må brugeren derfor fx rette fokus mod et objekt, som kan være gået i stykker eller andet, der forhindrer handlingen og derved bliver brugeren opmærksom på det forhåndenværende i dette objekt. (Winograd & Flores, 1986, s. 36). Selv om et breakdown kan ses som et stort indgreb, så kan et breakdown i mindre skala altså skabe et fokus på bestemte objekter eller aspekter og tvinge brugeren til en refleksion herover. Næsten samme aspekt beskrives også som et vanebrud, hvilket jeg vil omtale senere i specialet (.Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 157). Museerne kan altså benytte breakdowns i mindre størrelse til at skabe et fokus på det forhåndenværende i samlingen og derved påvirke en brugers forståelseshorisont, for herigennem at skabe grundlag for en dialog mellem bruger og samling og et større overlap mellem forståelseshorisonterne.

Mening i arbejdsmetoden

Arbejdsprocessen i dette speciale vil også kunne ses ud fra Gadammers meningsforståelse. Jeg har gennem teori, praktisk forståelse og refleksion over begge, løbende fået udvidet min forståelseshorisont omkring museumsverdenen og brugen af apps heri. Derved har dette i større og større grad været meningsfuldt for mig. For at skabe et overlap mellem disse forståelser har jeg benyttet mig af autoetnografi på flere forskellige områder.

Autoetnografi

Som det også beskrives i indledningen, så har min forståelseshorisont i forhold til problemfeltet udvidet sig gennem flere år og gennem arbejdet med dette speciale i takt med, at jeg har fået erfaringer fra forskellige steder samt læst teori. Hermed har min forståelseshorisont fået større og større overlap med problemstillingen og min forståelse af dette har ændret sig, hvilket har gjort problemstillingerne og museumsverdenen mere meningsfuld for mig. Denne mening er stadig skabt ud fra fortolkning gennem min forforståelse. For at gøre mig min egen levede forforståelse klart har jeg benyttet mig af *autoetnografi*. I autoetnografien koncentrerer en forsker sig om sine egne erfaringer, tanker, følelser og sanser, mens denne befinder sig i det felt, som der ønskes undersøgt (Baarts, 2010, s. 154-155). I dette tilfælde foregår min autoetnografi i to forskellige kontekster: min egen praktiske erfaring i museumsverdenen samt en personlig oplevelse. For en beskrivelse af processen skabt ud fra den autoetnografiske tilgang henvises til Bilag 2b, Autoetnografi.

Hvor er oplevelsespotentialt?

Hvad er en oplevelse?

For at kunne besvare problemformuleringen må jeg vurdere, hvori oplevelsespotentialer for digital kulturformidling via apps på kulturhistoriske museer ligger. Det første jeg vil undersøge er, hvad en oplevelse er, idet dette er en del af den forståelse, som oplevelsespotentialer bygger på.

Der findes mange former for oplevelser, og de kan beskrives ud fra mange forskellige ord og definitioner. For at skabe en ramme for min forståelse af oplevelser, vil jeg komme med et autoetnografisk eksempel som beskriver en oplevelse, jeg selv har haft, da jeg var spejder samt en senere sammenhængende begivenhed, hvor erfaringen fra denne oplevelse blev genkaldt, da jeg læste bogen "Drageløberen". Oplevelsens omdrejningspunkt er et natteløb som spejder i 5. klasse:

Kl. 1 om natten får vi at vide, at vi skal ud af vores telte så hurtigt som muligt. Der står camouflagemalede mænd og venter på os, da vi kommer ud. De får os til at gå ind i en traktorvogn, der holder parkeret for enden af vejen. Jeg stiller mig helt op af siden af vognen for at have noget at holde fast i – andre må stå i midten. Vi står tæt sammen. Traktoren kører af sted med de camouflagede mænd på alle sider og nogle oven på vognen. Der lugter en lille smule af kø. Jeg kan skimme traktorens lys gennem små huller i vognen og høre traktorens motor og mændene udenfor, der snakker. Hele vognen hopper lidt, når traktoren kører over bump på den ujævne vej. Jeg ved ikke, hvor vi kører hen, eller hvad der skal ske, og selv om jeg godt ved, at det her er et natteløb, og der ikke sker noget, så gør uvisheden mig utryk. Jeg holder endnu mere fast i siden af vognen og siger ingenting for at gøre mindst mulig opmærksom på mig selv og gemme mig bag de andre. Nogle står og snakker i vognen. Andre er ligeså stille som jeg. Vi ved alle sammen, at vi er på natteløb, men vi har i et tavs fællesskab besluttet ikke at afsløre det for os selv eller andre. For det har før ødelagt mange natteløb, at nogen eksplicit har fortalt, at det slet ikke var rigtigt

Flere år efter dette natteløb læste jeg "Drageløberen" af Khaled Hosseini. I denne bog blev en far og søn smuglet fra Afghanistan til USA først i ladet af en lastvogn og senere i en benzintank. Da jeg læste det var jeg straks tilbage til det natteløb og jeg blev igen utryk og bange og havde lyst til at gribe fat i noget og gemme mig. Jeg kunne næsten mærke de andre personer, der stod rundt om mig og høre lydene udenfor vognen. Det var også som om, jeg kunne lugte benzinlugten, som pludselig var skiftet ud med lugten af kø"

Den autoetnografiske fremstilling kan i dette tilfælde benyttes til at skabe fokus på oplevelsens elementer. Der har nemlig trods flere forskellige syn på oplevelser, været en teoretisk enighed om, at oplevelser er personlige og dermed forskellige for hver enkelt bruger. Dog har der gennem de sidste årtier været forskellige perspektiver, hvori denne personlige oplevelse bliver placeret.

Gehard Schulze udgav i 1992 bogen "Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart" hvori han behandler *oplevelsessamfundet*, hvor "...oplevelsesmulighederne [er] centrale for individers selvforståelse og for deres handlinger og præferencer" (MÆRKK, 2013). Det er altså i Schulzes forståelse det enkelte individ som er i centrum og som får et udbytte gennem oplevelsesmulighederne.

Med et mere økonomisk perspektiv udsendte Joseph Pine og James Gilmore i 1999 bogen "The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage". Her er opfattelsen i lighed med Schulzes forståelse, at oplevelsen sker i brugeren selv, og at to oplevelser ikke kan være ens (Pine & Gilmore, 2009, s. 29). Forfatterne præsenterer dog yderligere den forståelse, at oplevelser kan iscenesættes og præsenteres for brugeren, som præsenterede man et teaterstykke for disse (Pine & Gilmore, 2009, s. 29). Selv om oplevelsen sker i brugeren, så kan der altså ifølge Pine og Gilmore præsenteres aspekter for disse, som vil skabe denne oplevelse hos dem. Pine og Gilmore taler om oplevelser som en form for markedsføring, hvor brugerne bliver kunder som en oplevelse iscenesættes for, for dermed at kunne få en virksomhed til at adskille sig fra andre gennem denne præsentation af oplevelser (Pine & Gilmore, 2009, s. 11). Dermed bruges oplevelser i deres forståelse ikke med udgangspunkt i selvrealisering, som det er tilfældet med Schulzes definition, og det er ikke brugernes udbytte af oplevelser, der er i centrum. I stedet ses der her et fokus på virksomhederne, som præsenterer og derved i sidste ende får et økonomisk udbytte heraf.

Der har blandt andet i artiklen "Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?" været kritik af Pine og Gilmores forståelse og manglende definition på oplevelser, samt deres præsentation af oplevelser som noget nyt (Jantzen & Rasmussen, Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?, 2007, s. 26. 29). Derudover lyder kritikken på at oplevelser, og det dette skaber hos brugeren, ikke kan presses ned over hovedet på brugerne blot fordi, at de bliver præsenteret for den, og at selve oplevelsen er noget, der sker og slutes ved brugerne selv og ikke noget, hvor virksomhederne kan være omdrejningspunkt (Jantzen & Rasmussen, Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?, 2007, s. 43-44). Dermed taler disse for den personlige oplevelse med brugeren og deres forståelser, forventninger og bearbejdning af situationen i centrum. (Jantzen & Rasmussen, Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?, 2007, s. 40).

Den personlige oplevelse med brugeren som omdrejningspunkt behandles også i bogen ”Oplevelsesdesign. Tilrettelæggelse af unikke oplevelseskoncepter³” af Christian Jantzen, Michael Vetner og Julie Bouchet. Bogen beskæftiger sig, i lighed med Pine og Gilmore, med at skabe unikke virksomheder med brug af oplevelser. Dog er der i ”Oplevelsesdesign” fokus på brugerens oplevelse i situationen med virksomhedernes udbytte, som netop et udbytte af brugerens oplevelse og ikke omdrejningspunktet for oplevelsen. Dermed har oplevelsen både et økonomisk potentiale for virksomheden, fordi oplevelsen gør deres produkter unikke, samt et udbytte for brugeren idet en event, et produkt eller hele virksomhedens rammesætning af oplevelser skaber muligheden for en personlig oplevelse for brugeren.

I dette speciale vil mit hovedfokus ligeledes være på brugerens personlige oplevelse. Jeg er dog bevidst om, at det at udvikle en app kan være dyrt for museerne og i tilfældet med app'en 'Museets Mysterier' har jeg kendskab til budgettet, og de rammer dette sætter⁴. Derfor er jeg i dette projekt bevidst om den økonomiske udgift heri. Den økonomiske gevinst ved at benytte en app kan dog være sværere at vurdere. ”Oplevelsesdesign” vurderer, at virksomheder kan benytte brugeroplevelser i virksomhedssammenhænge, og derved blive unikke (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 270). Dette vil givetvis føre til en større økonomisk indtægt. I dette speciale vil jeg opstille krav til et oplevelsesdesign, som kan udnytte et oplevelsespotentiale. Dette kan i sidste ende give en oplevelsesøkonomisk effekt for museet. Denne økonomiske effekt vil jeg dog ikke behandle i dette speciale.

De fleste vil sandsynligvis besøge et museum sammen med andre, og derfor foregår oplevelser her også i en social kontekst. Denne sociale kontekst er jeg opmærksom på, men da dette speciale omhandler den personlige oplevelse medfører dette, at der ikke vil være fokus på oplevelsespotentialet i en gruppe, men på oplevelsespotentialet med fokus på hver enkelt bruger i en eventuel gruppe. Dermed vil der også være fokus på den enkeltes meningsskabelse omkring samlingerne på museet og ikke fx tilrettelæggelse af en skabelse af mening i en hel skoleklasse. Dog vil det sociale aspekt spille ind idet brugerens forforståelse blandt andet er skabt herudfra.

Med denne undersøgelse af den personlige oplevelse, og udbyttet heraf, vil jeg se nærmere på elementerne i den personlige oplevelse. I ”Oplevelsesdesign” beskrives oplevelser blandt andet således:

”Oplevelser skabes af brugere og i brugerens krop og sind.” (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 27)

³ Fra nu af omtalt som ”Oplevelsesdesign”

⁴ Se udeltaljeret budget over 'Museets Mysterier' i Bilag 13

I dette citat sættes der fokus på kroppens del i oplevelsen sammen med sindets (selvforståelsens) del heraf. Kroppen er personlig og i eksemplet med natteløbet ses det, hvordan kroppens sansninger blev en vigtig del af begivenheden. Derudover må kroppen benyttes, hvis man ønsker at skabe rammer, hvor handlinger teoretisk set kan blive vedhåndenværende for brugeren. Derfor ønsker jeg, i forlængelse af redegørelsen for den personlige oplevelse, at se på kroppens og sindets betydning heri.

Kroppens del i oplevelsen

Donald Norman har skabt en model over det han kalder kroppens tre bearbejdelsesniveauer. Denne indeholder det viscerale niveau med brugerens umiddelbare handlinger ud fra situationen, det behaviorale niveau, hvor handlinger tilpasses situationen og kan påvirkes af det sidste niveau, det reflektive, hvor det behaviorale niveau bearbejdes reflektivt i forhold til individets selvforståelse (Norman, 2004, s. 21-24). Denne model er blevet bearbejdet af Christian Jantzen og Michael Vetner i 2007. Ud fra betydningen af ordet *experience*, skaber de tre niveauer. Den første kan sammenlignes med Normans viscerale niveau. Dette kaldes i modellen *det neurofysiologiske niveau*. Derudover opdeler Jantzen og Vetner det behaviorale niveau i to: *det evaluerende niveau*, hvor sansninger bearbejdes, samt *det vanebaserede niveau*, som er vaner og rutiner, som brugeren normalt udfører, men som kan ændres (Jantzen & Vetner, Design for en affektiv økonomi, 2007, s. 205). Herudover inddrager de det reflektive niveau med Normans forståelse heraf. Denne model kalder Jantzen og Vetner for *Oplevelsens psykologiske struktur*. Modellen har forfatterne bearbejdet endnu engang i bogen "Oplevelsesdesign" fra 2011.

Her betegnes det neurofysiologiske niveau nu blot som *det fysiologiske niveau*. Herudover har det evaluerende niveau ændret navn til *det emotionelle niveau*, hvor der frem for det evaluerende er fokus på bevægheden og emotioner, som får brugeren til at tilpasse sin adfærd (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 157). Modellen har yderligere fået en omkringliggende social struktur, som kan sammenlignes med Gadammers beskrivelse af, hvordan hvert individ tilhører et fortolkningsfællesskab, hvor indenfor der skabes forforståelser, som medfører, at ikke alle individer fortolker fuldstændig forskelligt (Pahuus, 2008, s. 155). Denne model beskriver både på det biologiske plan, og på det reflektive plan, hvilke niveauer der er i oplevelsen for den enkelte bruger, både ubevidst og urefleksivt, og bevidst og refleksivt, og kan derved være med til at vurdere den enkelte brugers oplevelse ud fra opdelte niveauer. Det er denne, den nyeste version, som jeg ønsker, at benytte i undersøgelsen af oplevelsen.

Det fysiologiske niveau skal forstås som pirringer og sansestimuli for brugeren, som kan gøres refleksivt bevidste for brugeren, hvis disse bringer brugeren ubehag, velbehag eller nydelse, hvor nydelse opstår når en situation går fra

ubehag til velbehag. (Jantzen & Vetner, Design for en affektiv økonomi, 2007, s. 207).

På det emotionelle niveau bearbejdes sansningerne og sættes ind i en sammenhæng. Dette fører til bestemte handlinger for brugeren baseret på brugerens tidligere oplevelser. (Jantzen & Vetner, Design for en affektiv økonomi, 2007, s. 208) (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 157)

På det vanebaserede niveau findes brugerens vaner ud fra den enkeltes erfaringsmønstre. Hvis nogle reaktioner fra det emotionelle niveau er i strid med brugerens vanebaserede reaktioner, vil dette kunne betegnes som et vanebrud. (Jantzen & Vetner, Design for en affektiv økonomi, 2007, s. 208) (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 157)

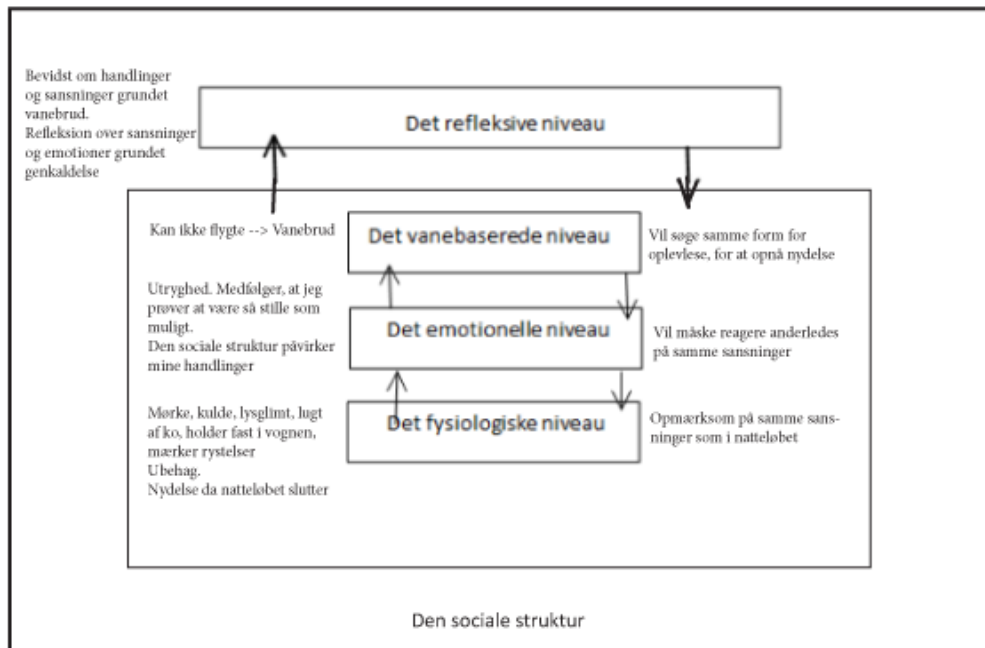
Mellem de biologiske niveauer i modellen findes der pile. Disse indikerer, at de forskellige niveauer påvirker hinanden. Hvis det fysiologiske niveau fører til en bestemt emotion og nydelse, så vil brugeren fx kunne ønske at opsøge denne oplevelse, med disse sansninger igen, og vanerne på det vanebaserede niveau vil derfor være ændret (Jantzen & Vetner, Design for en affektiv økonomi, 2007, s. 210). Samtidig findes der en vekselvirkning mellem de biologiske niveauer og det refleksive niveau, som kan bevidstgøre de underliggende niveauer.

På det refleksive niveau kan bearbejdning give nye forståelser af situationen både i fortiden, nutiden og fremtiden. Fortiden, hvor situationen bliver til minder. Nutiden og fremtiden, hvor brugeren kan reflektere over situationen i forhold til den sociale struktur. Hvis der fx har været et vanebrud i situationen, vil brugeren på det refleksive niveau skulle tænke over disse, og hvad de har medført. Følelser på dette niveau knytter sig til identiteten frem for emotionerne, og derved er det andre følelser, der skabes af refleksionen end ud fra de biologiske niveauer. Det er her på det refleksive niveau, at situationen kan gøres *kommunikerbar* (Jantzen & Vetner, Design for en affektiv økonomi, 2007, s. 211), og derved kan den senere beskrives for andre. (Jantzen & Vetner, Design for en affektiv økonomi, 2007, s. 211-212). Det refleksive niveau har ligeledes indflydelse på de biologiske niveauer, og derved vaner og emotioner, på baggrund af sansninger og de senere situationer brugeren handler urefleksivt i (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 157) (Winograd & Flores, 1986, s. 34). (For en udvidet beskrivelse af de fire niveauer i modellen, samt den sociale struktur henvises til bilag 3, Kroppens del i oplevelsen.)

Hvor er oplevelsespotentialer?

Natteløbet som oplevelse

Natteløbet kan sættes ind i oplevelsens psykologiske struktur og derved beskrive oplevelsen på de forskellige niveauer.



Model 1 Oplevelsens psykologiske struktur (.Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 157).
Natteløbet er opsat som eksempel i modellen

I natteløbet var der mange forskellige sanser, og jeg blev ekstra opmærksom på disse, fordi jeg ikke kunne sætte situationen ind i en sammenhæng og finde ud af, hvor vi kørte hen. Sansningerne og den manglende sammenhæng medførte, at jeg ønskede at flygte, men ikke kunne, blandt andet på grund af den lukkede vogn, men også på grund af de uskrevne regler i sammenhængen om, at man ikke sagde, at det var et natteløb, og alle andre ikke flygtede. Dermed skete der et vanebrud for mig i situationen. Det kan her ses, hvordan den sociale struktur, men også selve rammesætningen for oplevelsen, oplevelsesdesignet, kan skabe vanebrud og derved skabe uvante situationer for brugeren. Ubehaget blev vendt til nydelse, idet natteløbet sluttede og jeg "overlevede" turen. Dermed blev dette en situation, som jeg på det vanebaserede niveau opsøgte igen senere gennem flere natteløb. Det er altså sansningerne, som er grundlaget for hele den efterfølgende bearbejdning, og dermed må de ses som essentielle for at en oplevelse kan finde sted. Det følelsesmæssige som skabes på baggrund af sansningerne er dog også vigtigt for selve oplevelsen, idet det er heri, at brugeren ændrer umiddelbar adfærd. Derudover er det følelserne som genkaldes, da jeg læser om den specifikke situation flere år senere. Følelserne bliver altså som erfaringer i kroppen. Det er i det vanebaserede niveau, at en adfærdsændring finder sted, og jeg senere vil opsøge natteløb for igen at opleve samme ubehag og nydelse.

Først senere har jeg på det refleksive niveau reflekteret over situationen, hvorved jeg blev bevidst om mine handlinger, sansninger og situationen i en større sammenhæng. Erfaringen er altså blevet mig bevidst i en bestemt situation. Refleksionen har medført, at jeg senere måske vil handle anderledes i lignende situationer og vil være mere opmærksom på lignende emotioner eller sansninger⁵.

Definition af oplevelser

Ud fra denne undersøgelse af oplevelsesbegrebet vurderer jeg, at sansninger er essentielle for skabelsen af en oplevelse, og at disse kan skabe emotionelle erfaringer. Oplevelsen er personlig og individuel, men skabes ud fra en social struktur, som brugeren befinder sig i. Sansningerne kan forekomme for brugeren enten via dennes handlinger, eller blot ved dennes tilstedeværelse i situationen, idet vi alle konstant sanser og handler, selv i en situation, hvor brugeren ikke gør noget. Ud fra rammesætningen af situationen kan der forekomme et vanebrud, hvilket vil føre til en refleksion over situationen, enten efter eller i denne, og denne refleksion vil gøre erfaringen bevidst og sætte denne i sammenhæng, hvorudfra brugerens adfærd bevidst kan ændres, og det meningsfulde i en situation udvides. Det er også ud fra et vanebrud, at en situation i højere grad har mulighed for at blive husket. For at et situation kan blive en oplevelse, mener jeg, at oplevelsen må gå igennem de biologiske niveauer. Dog vil oplevelsen og erfaringen heri blive mere tydelig for brugeren, hvis denne også bliver gennemgået på det refleksive niveau.

Ud fra dette lyder definitionen af oplevelser:

Oplevelser er sansebaserede, individuelle erfaringer skabt ud fra brugerens for forståelse i situationer, hvor brugeren sanser og herudfra oplever velbehag, ubehag eller nydelse. Disse sansninger bearbejdes emotionelt i situationen, og i nogle tilfælde efterfølgende refleksivt hos brugeren, hvilket kan ændre brugerens adfærd eller forståelser. Erfaringen kan genkaldes og kan være meningsskabende i og af andre (lignende) situationer.

Med denne definition har jeg skabt en forståelse af begrebet oplevelse og foreløbig forståelse af oplevelsespotentialt, i det jeg har beskrevet, hvilket udbytte brugeren skal have af interaktionen med oplevelsesdesignet.

Oplevelsespotentialt – oplevelser

Dermed består oplevelsespotentialt på nuværende tidspunkt i, at brugeren får en oplevelse. Allerede her er der dog opsat krav til et oplevelsesdesign for, at denne oplevelse skal opnås.

⁵ For en mere fyldestgørende forklaring af natteløbet på de enkelte niveauer henvises til bilag 3, Kroppens del i oplevelsen

Hvor er oplevelsespotentialet?

Oplevelsespotentialet er udnyttet hvis oplevelsesdesignet giver mulighed for, at der ved brugeren skabes oplevelser. Oplevelser er sansebaserede, individuelle erfaringer skabt ud fra brugerens forståelse i situationer, hvor brugeren sanser og herudfra oplever velbehag, ubehag eller nydelse. Disse sansninger bearbejdes emotionelt i situationen, og i nogle tilfælde efterfølgende refleksivt hos brugeren, hvilket kan ændre brugerens adfærd eller forståelser. Erfaringen kan genkaldes og kan være meningsskabende i og af andre (lignende) situationer

Krav til oplevelsesdesignet

Ud fra beskrivelsen af oplevelse, må oplevelsesdesignet altså skabe muligheden for, at brugeren kan få den ønskede oplevelse. Dette sker ved at lade brugerne sanse og skabe en ramme for disse sansninger. Derudover skal oplevelsesdesignet som ramme også skabe et vanebrud, som medfører, at brugerne husker oplevelser og reflekterer herover grundet denne uvante handling. Jeg vurderer, at vanebruddet ligeledes kan foregå på det fysiologiske niveau, da brugeren her vil kunne opleve andre sansninger end normalt og måske derfor ikke kan sætte disse ind i en sammenhæng, hvilket medfører et vanebrud. Disse vanebrud kan foregå urefleksivt, men erfaringen vil få større betydning for brugeren, hvis disse er refleksive og derfor kan oplevelsesdesignet med fordel skabe nogle refleksive ”rum”, hvor brugeren kan/skal reflektere over situationen og erfaringen. Ud fra dette opsættes følgende krav til et oplevelsesdesign for udnyttelse af oplevelsespotentialet:

- Oplevelsesdesignet skal skabe sansninger for brugeren, der skaber ubehag, velbehag eller nydelse
- Oplevelsesdesignet skal skabe vanebrud for brugeren
 - o Gennem uvante sansninger
 - o Gennem rammesætning for uvante handlinger
- Oplevelsesdesignet skal lade brugeren reflektere over oplevelsen (uden brugeren handler)
 - o Under begivenheden
 - o Efter begivenheden

Med denne undersøgelse af begrebet oplevelse har jeg fundet en del af grundlaget for og udbyttet af oplevelsespotentialet. Ligeledes har jeg herudfra udledt en række krav til et oplevelsesdesign, som skal opfyldes, før oplevelsespotentialet i dette design kan opfyldes. Jeg vil nu gå videre til den del af problemformuleringen, der omhandler formidlingen og derfor undersøge ’den digitale kulturformidling via apps’. Dette vil give mig en forståelse for, hvad der skal formidles, hvilket også er en del af oplevelsespotentialet, samt hvordan dette kan formidles for at oplevelsespotentialet udnyttes. Dette vil derfor skabe yderligere krav til et oplevelsesdesign.

Kulturformidling på kulturhistoriske museer

Det næste jeg ønsker at undersøge, er kulturformidlingen på museer. Dette omhandler to forskellige dele: **hvorom** der formidles og **hvordan** der formidles. Hvorom vil udvide oplevelsespotentiallet, mens hvordan vil stille krav til et oplevelsesdesign, for at dette potentiale kan udnyttes. I dette afsnit vil jeg yderligere inddrage de tre kategorier af apps, for at vurdere, hvordan disse forholder sig til kulturformidlingen. Efter undersøgelsen af dette vil jeg have et samlet oplevelsespotentiallet og kunne vurdere, hvordan dette kan udnyttes via digitale apps.

Museets kulturmodel

Kulturformidling handler om formidlingen af en bestemt kultur. Dette betegnes også af Kulturministeriet som kulturarv. Derfor vil jeg i dette afsnit undersøge og definere en kultur, som i specialets tilfælde er en historisk kultur, som skal formidles. Ifølge Kulturstyrelsen deles kulturarv oftest i tre kategorier:

den flytbare kulturarv (fx genstande, der kan indsamles og flyttes),

den faste kulturarv (fx bygninger og kulturmiljøer),

den immaterielle kulturarv (mere uhåndgribeligt, fx traditioner, udtryk, vaner). (Kulturstyrelsen, 2013)

For at undersøge den historiske kultur og formidlingen af denne yderligere, vil jeg tage udgangspunkt i professor Hans Gullestrups kulturmodel. Denne indeholder en beskrivelse af de forskellige aspekter i en fremmed kultur, som man kan undersøge i analysen af denne og derved få større forståelse af kulturen. Da jeg ønsker, at brugerne skal have en større forståelse af den historiske kultur, vil jeg benytte Gullestrups begreber til at vurdere, hvordan den historiske kultur kan formidles til brugerne. I Gullestrups kulturmodel findes en horisontal dimension, som er de aspekter, man kan observere i en kultur, og en vertikal dimension, som opsætter forskellige kulturlag for en given kultur. Her kan den horisontale dimension ses som det øverste kulturlag i den vertikale dimension⁶.

⁶ For en mere detaljeret beskrivelse af de forskellige lag i Gullestrups oprindelige kulturmodel samt en beskrivelse af, hvordan denne er blevet til museets kulturmodel, se Bilag 4, Kulturmodel på museet

Hvor er oplevelsespotentialiet?

På et museum er det ofte ikke muligt at se samme kulturlag, som det er beskrevet i Gullestrups model. Dette skyldes, at museet blot er en repræsentation af den historiske kultur, og dermed viser bidder af kulturen og ikke hele kulturen i sig selv. Derfor kan Gullestrups kulturmodel ikke bruges i sin oprindelige form, men må i stedet behandles, så kulturlagene passer til de, der findes på et museum. Dette skaber tre kulturlag på museet: Det manifeste kulturlag, proceslaget og kernekulturen.



Model 2 Museets kulturlag. Egen tilvirkning med udgangspunkt i (Gullestrup, 2007, s. 63-101)

For at skabe en forståelse af hvert enkelt kulturlag, og hvordan kulturen herigennem er meningsfuld for brugeren, vil jeg inddrage et eksempel med en familie bestående af bedstemor, bedstefar, søn og barnebarn, som besøgte det kulturhistoriske museum Dorf Møllegård i marts 2012. Barnebarnet Victoria fik en diktafon med rundt på museet, og forklarede hvad hun så. Igennem denne optagelse vil jeg beskrive, hvordan de tre kulturlag er eller kan skabe en meningsfuld forståelse af den historiske kultur for brugeren. Herudfra vil jeg kunne opsætte en række krav til oplevelsesdesignet, som skal være udfyldt for at den historiske kultur kan gøres meningsfuld for brugeren igennem oplevelsesdesignet.

Det manifeste kulturlag

Det manifeste kulturlag er det, som af Kulturstyrelsen betegnes som kulturarven. Med inddragelse af Gullestrups beskrivelse, så er dette de *materielle og immaterielle frembringelser af kulturelle processer* fra den historiske kultur. Her er kulturelle processer de handlinger og den adfærd personer i den historiske kultur havde og frembringelser af det, der kan komme ud af disse handlinger og denne adfærd. En materiel frembringelse kan fx være et redskab, mens en immateriel frembringelse kan være musik eller myter (Gullestrup, 2007, s. 65-67, 83). Ifølge Gullestrup kan de kulturelle processer samt frembringelser være symboler på en underliggende kernekultur (Gullestrup, 2007, s. 81)..

Idet Dorf Møllegård er forsøgt opbygget som en gård i 1920'erne er det manifeste kulturlag synligt overalt på museet. Det manifeste kulturlag står dog alene, og der findes ikke fx beskrivelser på stedet omkring de forskellige genstande.

Victoria: Jeg kan godt forestille mig, at i gamle dage, der lå mennesker og sov i sengene. Ej, hvor er det en fin skål også og så sådan nogle papirblomster. Og væggen udenfor er vasket meget. Så er der potte. Så er der rister. Så er der sådan et gardin. Så nu skal jeg til at gå ind i det andet værelse. (Bilag 4a, Optagelse, linje 226)

Victoria har her fokus på det manifeste kulturlag, men er hovedsageligt blot observationer heraf. Frembringelserne er ikke meningsbærende i sig selv som objekter (Pahuus, 2008, s. 140), og hvis en bruger udelukkende ser det manifeste kulturlag, vil denne altså kun kunne gøre disse meningsfulde ved at sætte dem ind i en kulturel proces ud fra sin egen for forståelse. Det manifeste kulturlag i sig selv, vil altså ikke nødvendigvis blive sat ind i en kulturel proces og blive fortolket. Dette er også tilfældet med Victoria. Kun i et tilfælde, ved sengene, sætter hun en genstand ind i en kulturel proces, nemlig, at der er blevet sovet i disse i gamle dage. Dette kan dog ligeså vel være skabt ud fra Victorias nutidige kulturelle forståelse som en meningsfuld forståelse for den historiske kultur.

Jo flere genstande et museum har i det manifeste kulturlag, jo større sandsynlighed vil der være for at brugeren vil sætte nogle af disse i en kulturel proces og derudfra gøre disse meningsfulde. Det medfører dog ikke nødvendigvis, at den historiske kultur bliver meningsfuld, idet brugeren fortolker ud fra sin egen forståelseshorisont. Uanset om et museum har mange genstande eller få, vurderer jeg, at problemstillingerne omkring meningsskabelse vil være de samme.

Det virker ikke som om, at Victoria er bevidst om sansepåvirkninger på det fysiologiske niveau, og dermed må det ud fra eksemplet formodes, at der ikke her skabes hverken ubehag, velbehag eller nydelse, og der derfor ikke forekommer en oplevelse i eksemplet.

Apps og det manifeste kulturlag

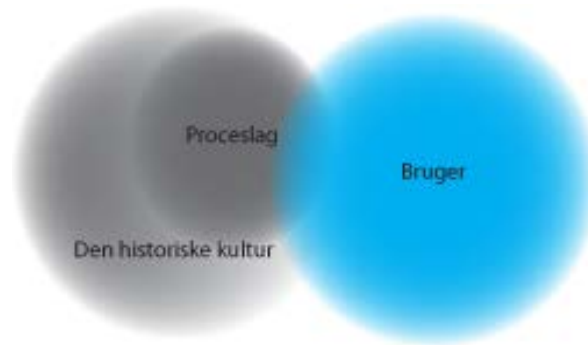
Når det manifeste kulturlag i sig selv ikke skaber mening for brugeren på museet, vil det sandsynligvis heller ikke gøre det, hvis det manifeste kulturlag stod alene i app'en. Alligevel beskæftiger både de digitale guides og de lokationsbaserede apps sig hovedsageligt med det manifeste kulturlag gennem fx billeder af genstande. Til hvert billede findes en tekst, som giver informationer om de underliggende kulturlag. Men læses denne ikke vil genstanden ikke have mening, idet den ikke kan sættes ind i en kulturel proces. Dermed er det nødvendigt at teksten læses, og at brugeren placerer genstanden i en kulturel proces, for at genstanden kan være meningsfuld for brugeren. For at der kan skabes mening, må en genstand være en større grad af forhåndenværende for brugeren, end det der blot forekommer ved at se genstanden.

Hvor er oplevelsespotentialt?

Yderligere er der i disse apps ikke fokus på hverken sansninger eller vanebrud, idet brugeren i langt de fleste af disse apps ikke nødvendigvis skal handle. Dermed vil disse apps sandsynligvis ikke være medvirkende til, at brugeren får en oplevelse.

Proceslaget

Hvor det manifesterede kulturlag ikke har mening i sig selv, så omhandler dette lag netop om de kulturelle processer, som gør det manifesterede kulturlag meningsfuldt. Dette lag beskrives som et symboliserende lag, og er derfor et symbol på kernekulturen (Gullestrup, 2007, s. 81). Er en historisk kulturel proces dermed meningsfuld for brugeren i den historiske kontekst, vil dette skabe et ligeledes overlap mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kulturs forståelseshorisont. Spørgsmålet er, hvordan denne forståelse skal skabes på museet.



Figur 5 Har brugerens forståelseshorisont et overlap med en del af proceslagets, vil der også være et overlap mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kulturs

Proceslaget findes ikke til alle tider på museet. Det kan dog vises gennem fx levendegørelse, billeder eller video, hvorved brugeren vil kunne observere de historiske kulturelle processer. Meget af dette findes på de i indledningen omtalte apps. Dette vil kunne skabe en større grad af forhåndenværende forståelse for de kulturelle processer og frembringelserne, men vil ikke nødvendigvis gøre disse meningsfulde for brugeren i den historiske kulturs kontekst. For at et aspekt skal være meningsfuld i den historiske kultur, forudsættes det, at brugeren har en *problemstilling til fælles* med den kulturelle proces, i den historiske kultur (Pahuus, 2008, s. 152). Har brugeren ikke det, vil denne også på proceslaget fortolke processer ud fra sin egen forforståelse. Derfor må museet skabe denne fælles problemstilling for brugeren. Det sidste er tilfældet for Victoria.

På deres tur rundt på museet møder Victoria og bedstemoren en kvinde i stuehuset, som væver på en stor væv. Dermed kunne man formode, at der i dette tilfælde, er tale om en levendegørelse af kulturen på proceslaget.

VICTORIA: Orv, det må være svært

D1: Det er ikke svært, men det tager tid. Så skal man have det ind i der. Så har det jo lidt at gøre med de mønstre der er. Men kan du se, at det er lidt på skrå. Du kan godt se de striber der. Det har noget at gøre med...nu begynder det at blive lidt indviklet. Det har noget at gøre med hvordan man sætter snorene i der.

VICTORIA: Hvorfor skal man så bruge papiret til?

D1: Det gør jeg for at skåne det, jeg har vævet. (Bilag 4a, Optagelse, linje 157)

Frem for at fungere som en levendegørelse, synes kvinden i højere grad at fungere som en guide, der fortæller om væven og om vævningen. Dermed vises proceslaget ikke, men der fortælles blot herom. Det er altså op til Victoria selv at skabe forståelsen af den kulturelle proces, ud fra den information hun får. I eksemplet ses vævningen ikke som en del af den historiske kultur. Derimod mener jeg, at den kan ses som en forklaring af en kulturel proces i hvilken som helst kultur. For at proceslaget kan blive et symbol på kernekulturen i den historiske kultur, mener jeg, at der må opsættes en ramme, så brugeren forstår dette lag indenfor rammen af den historiske kultur. Ellers kunne handlinger og adfærd foregå i hvilken som helst kultur. Proceslaget skal altså foregå i den historiske kultur for brugeren, for at disse processer kan blive meningsfulde for brugeren. Det er yderligere stadig nødvendigt, at der skabes et overlap mellem brugeren og den historiske kulturs forståelseshorisont for at proceslaget kan blive meningsfuldt. Dette mener jeg, vil kunne skabes via apps.

Hvis kvinden der væver ses i forhold til oplevelsesdefinitionen, så fremviser hun væven og giver informationer om brugen af denne. Selve fremvisningen kan give brugeren sansninger ved at se væven og høre den arbejde, men ikke hverken ubehag, velbehag eller nydelse, hvilket heller ikke er tilfældet for Victoria i situationen.

Apps og formidling af proceslaget

I de digitale guides samt de lokationsbaserede apps er proceslaget hovedsageligt repræsenteret gennem billeder og informationer herom, enten via tekst eller lyd. I nogle tilfælde er der dog også video, som dermed viser de kulturelle processer digitalt, som de foregik i den historiske kultur. Alt dette vil gøre proceslaget forhåndenværende i mere eller mindre grad, og skabes der et overlap mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kulturs, vil det også kunne være meningsfuldt. Dette overlap kan for nogle vedkommende allerede forekomme ved brugen af apps. En bruger som Victoria vil sandsynligvis kende til brugen af smartphones og derfor vil brugen af en app som en del af proceslaget kunne skabe dette overlap.

Hvor er oplevelsespotentialer?

Der hvor der er en tydelig forskel mellem de digitale guides, og lokationsbaserede app, og de opgavebaserede apps er i proceslaget. Hvor de to første kategorier af apps viser dette, så brugeren herved kan observere dette lag i større eller mindre grad, så skaber de opgavebaserede apps selve proceslaget i app'en og lader brugeren handle heri ved fx at interagere med andre personer i proceslaget. Dermed skabes der via app'en en digital levendegørelse, som brugeren selv bliver en del af. Dette kræver, at der opstilles en ramme omkring proceslaget, så brugeren handler i den historiske kultur, og ikke sin egen. Det er ligeledes tilfældet med natteløbet. Her blev der skabt en ramme, hvor jeg handlede som en del af proceslaget i kulturen. På grund af denne handling blev jeg opmærksom på en problemstilling, som senere kunne benyttes til at gøre situationen, hvor personerne i "Drageløberen" blev smuglet, meningsfuld for mig. Ved at lade brugeren handle i proceslaget via app'en, vil der altså kunne opstilles problemstillinger for brugeren, som denne handler med. Dette kan skabe et overlap mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kulturs. Derved vil den historiske kultur, hvori samme problemstilling er til stede, være meningsfuld for brugeren både på museet og i efterfølgende situationer.

Forudsættes det, at brugeren ikke kender til den historiske kultur, så vil selve app'en altså kunne skabe et overlap mellem brugerens forståelseshorisont og brugerens, forudsat at der handles på proceslaget og derudover vil opsatte handlinger kunne sætte brugeren i problemstillinger, som vil kunne gøre den historiske kultur meningsfuld. Brugeren skal altså handle i proceslaget i den historiske kultur med app'en.

Handler brugeren, vil det også være lettere at påvirke disse handlinger og sansninger heri, og derved kunne skabe en oplevelse, grundet sansninger og vanebrud for brugeren via interaktionen med oplevelsesdesignet.

For at brugeren kan handle i proceslaget, må denne dog have en forståelse for den historiske kultur og dermed også sagt, en forståelse for kernekulturlaget, som denne handler i. Dette er sidste lag i museets kulturmodel.

Kernekulturen

Kernekulturen er den del af den historiske kultur, som ikke kan ses, men som indebærer den grundlæggende verdensforståelse for kulturen. Gullestrup mener, at det først er, når en person har opnået en forståelse for den grundlæggende verdensopfattelse, og dermed det nederste kulturlag, at personen kan opnå en forståelse af kulturen (Gullestrup, 2007, s. 98). Derfor må kernekulturen være forhåndenværende for brugeren, at den historiske kultur kan være meningsfuld. For Victoria er dette ikke tilfældet, hvorimod den er det for bedstemoren.

BEDSTEMOR: Vi stod her også, når vi bagte. Når vi bagte brød. Vi stod her også når vi saltede flæsk. Så stod man også sådan her og gjorde det

VICTORIA: Hvorfor ikke bare i køkkenet?

BEDSTEMOR: Hva?

VICTORIA: Hvorfor ikke bare ude i køkkenet?

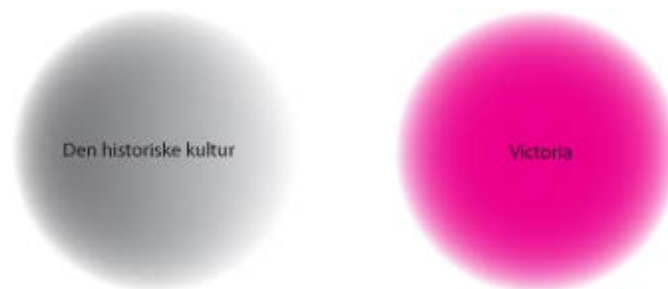
BEDSTEMOR: Nej, for køkkenet var for fint til sådan nogle ting.

VICTORIA: så køkkenet var ikke fint eller hvad?

BEDSTEMOR: nej, her stod man med kartofler og alt muligt. Porrer og hvad man nu gravede op i havde

VICTORIA: Det er kun ting man lavede derude eller hvad? (Bilag 4a, Optagelse, linje 324)

Her vurderer jeg, at bedstemoren og Victoria taler ud fra to forskellige kulturforståelser og dermed også to forskellige forståelseshorisonter. Victoria taler om nutidens funktion af et køkken, mens bedstemoren taler om datidens funktion. Victoria hører forskellige informationer omkring den historiske kultur, men forstår dette ud fra sin egen forståelseshorisont og sin egen kultur.



Figur 6 Victorias forståelseshorisont har intet overlap med den historiske kultur på Dorf Møllegård

Bedstemoren forstår dog informationerne ud fra en forståelseshorisont, der overlapper store dele af den historiske kulturs forståelseshorisont, og derved indsætter hun det manifeste kulturlag i processer, og dette er meningsfuldt for hende. Bedstemoren handler ikke med genstande, men det kan vurderes, at nogle af disse handlinger må være vedhåndenværende for hende.

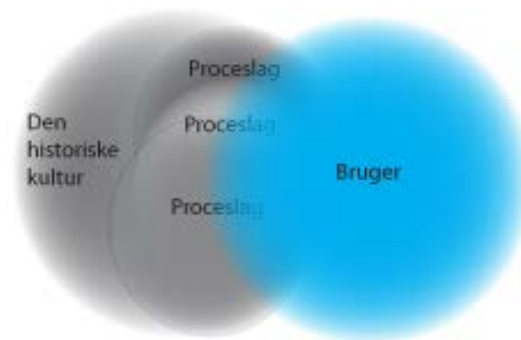


Figur 7 Bedstemorens forståelseshorisont har et stort overlap med den historiske kulturs og den historiske kultur er derfor meningsfuld for bedstemoren

Hvor er oplevelsespotentialet?

Hvis ikke kernekulturen, eller en del af den, er meningsfuld for brugeren, vil denne altså ikke kunne forstå hverken proceslaget eller det manifeste kulturlag. Og dette viser, hvor vigtigt det er, at brugeren forstår kernekulturen for at kunne forstå den historiske kultur i alle lag i kulturmodellen. For at kunne henvende sig til alle, må museet altså derfor gå ud fra, at brugeren ikke kender til kernekulturen, når denne kommer til museet.

Jeg vurderer ud fra Gullestrups beskrivelser samt Gadammers meningsbegreb, at der findes to måder, hvorpå den historiske kernekultur kan blive meningsfuld for brugeren. Den første måde er, at brugeren kan få en meningsfuld forståelse af den historiske kernekultur ved at få en meningsfuld forståelse for flere forskellige processer fra proceslaget. Idet dette er symboler på kernekulturen vil den historiske kernekultur gradvist blive mere meningsfuld for brugeren, idet der skabes en dialog mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kernekultur.



Figur 8 et overlap mellem brugerens forståelseshorisont og forskellige kulturelle processer vil også skabe et overlap mellem brugerens og den historiske kulturs forståelseshorisont

Jævnført de foregående beskrivelser, så må de forskellige mindre overlap dog foregå gennem brugerens handlinger i en historisk kultur, eller forudgående forforståelser, der indeholder de samme problemstillinger, som findes i den historiske kultur. Den anden måde, hvorpå en historisk kernekultur kan blive meningsfuld for brugeren, er, hvis kernekulturen gøres forhåndenværende for brugeren og brugeren herefter indgår en dialog med den historiske kultur. Dette sker fordi, det forhåndenværende, vil være med til at skabe en ramme, som medfører, at brugerne kan gå i dialog med den historiske kultur og herudfra skabe en meningsfuld forståelse heraf. (Pahuus, 2008, s. 154). Jeg vurderer, at det vil være udbytterigt for museerne at gøre begge dele og dermed først og løbende give informationer om den historiske ramme til brugeren og herefter gøre dele af proceslaget meningsfuldt for brugeren. Formålet med dette vil være, at skabe en dialog mellem den historiske kulturs forståelseshorisont og brugerens, så den historiske kultur gradvist bliver mere meningsfuldt for brugeren.

Apps og formidling af kernekulturen

Flere af de forskellige apps har netop informationer om kernekulturen og kan derved gøre denne forhåndenværende for brugeren herigennem. Da meget af dette foregår gennem tekst, kræves der altså igen, at brugerne læser denne tekst, for at kernekulturen kan være forhåndenværende. Selv, hvis brugeren læser teksten, mener jeg dog ikke, at det nødvendigvis er ensbetydende med, at brugeren forstår den historiske ramme omkring besøget.

De opgavebaserede apps opsætter alle en ramme og lader brugeren handle og giver herigennem løbende brugeren informationer omkring kernekulturen. Dermed kan der forekomme en dialog mellem den historiske kultur og brugerens forståelseshorisont i handlingen.

Kulturformidling på kulturhistoriske museer

Jeg har nu beskrevet, hvorom der formidles på de kulturhistoriske museer og betegner dette som den historiske kultur. Formålet er, at den historiske kultur skal være meningsfuld for brugeren. Derved har jeg i gennemgangen samtidig skabt specialets forståelse af kulturformidling på kulturhistoriske museer. Definitionen på specialets kulturformidling lyder:

Kulturformidling omhandler den proces, hvormed den historiske kultur gøres meningsfuld for brugeren både gennem det manifesterede kulturlag, proceslag og kernekulturen, gennem en dialog mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kulturens forståelseshorisont.

Herved kan jeg sammensætte specialets forståelse af (oplevelses)potentialitet til besvarelse af problemformuleringen.

Oplevelsespotentialitet – oplevelse + kulturformidling

Hvis vi vender tilbage til den foreløbige definition af oplevelsespotentialitet fra forrige afsnit omkring undersøgelsen af oplevelser, så kan det siges, at den erfaring, der tales om her, er en erfaring med en meningsfuld historisk kultur for brugeren. Dermed er oplevelsespotentialitet beskrevet som oplevelser og kulturformidling på de kulturhistoriske museer. Oplevelsespotentialitet er beskrevet herunder. Aspekter som hører til kulturformidlingen er skrevet med grå for at gøre udvidelsen tydeligere.

Oplevelsespotentialitet er udnyttet hvis oplevelsesdesignet giver mulighed for, at der ved brugeren skabes oplevelser. Oplevelser er sansebaserede, individuelle erfaringer i og med en historisk kultur, skabt ud fra brugerens forforståelse i situationer, hvor brugeren sanser og herudfra oplever velbehag, ubehag eller nydelse, samt en udvidelse af

Hvor er oplevelsespotentialet?

dennes forforståelse, hvori den historiske kultur bliver meningsfuld for brugeren. Disse sansninger bearbejdes emotionelt i situationen, og i nogle tilfælde efterfølgende reflektivt hos brugeren, hvilket kan ændre brugerens adfærd eller forståelser. Erfaringen fra den historiske kultur kan genkaldes og kan være meningsskabende i og af andre (lignende) situationer.

Gennem min undersøgelse omkring, hvordan den historiske kultur formidles, er der opstået en række krav til et oplevelsesdesign, for at oplevelsespotentialet, med udgangspunkt i den historiske kultur, kan udnyttes.

Krav til oplevelsesdesignet – kulturformidling

Med hensyn til kulturen er jeg kommet frem til, at det manifeste kulturlag og proceslaget i sig selv ikke nødvendigvis giver brugerne en forståelse for kernekulturen. Kernekulturen må give mening for brugeren i en vis grad, før denne har forståelse for andre dele og andre lag af kulturen, for ellers vil brugeren skabe mening ud fra sin egen forståelseshorisont, som ikke overlapper med kernekulturens. Derfor må oplevelsesdesignet skulle sætte en ramme for brugerens oplevelse på museet, som er den historiske kultur. Hvis brugeren ikke forstår rammen for den historiske kultur, vil oplevelser på museet foregå i brugerens egen kultur frem for i den historiske kultur.

- Den historiske kultur som ramme omkring oplevelsesdesignet skal være klar for brugeren
- Oplevelsesdesignet skal lade brugeren handle aktivt i proceslaget for den historiske kultur
- Oplevelsesdesignet skal løbende i begivenheden give brugeren en forhåndenværende forståelse for den historiske kultur
 - o Gennem informationer om og/eller visninger af det manifeste kulturlag
 - o Gennem informationer om og/eller visninger af proceslaget
 - o Gennem informationer om kernekulturen

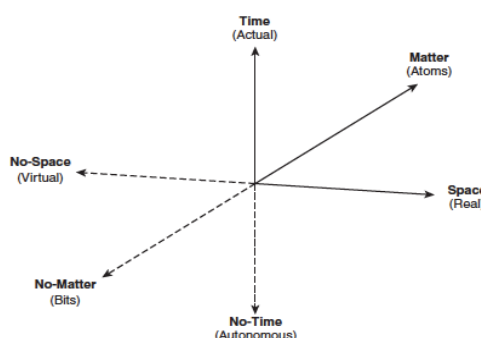
Jeg vurderer, at apps kan være med til at opfylde disse krav og dermed være en del af oplevelsesdesignet, hvilket også kan ses i beskrivelsen af de forskellige kategorier. For at vurdere, hvordan oplevelsespotentialet kan udnyttes og kulturformidlingen kan være digital via apps, og herigennem skabe muligheden for den ønskede oplevelse for brugeren, vil jeg beskæftige mig med Joseph Pine og Kim Korn's model Multiverset. Denne beskriver en række sfærer, hvor en digital oplevelse kan finde sted indenfor.

Digitalt via apps

Multiverset beskriver forskellige sfærer, hvor en begivenhed kan finde sted, og hvor inddragelse af teknologi og digitale medier har mulighed for at give brugerne forskellige oplevelser af begivenheden i de forskellige sfærer. Jeg vil benytte modellen til at undersøge, hvordan den digitale kulturformidling, via apps, kan give den oplevelse, som er beskrevet tidligere i specialet for derved at sammensætte oplevelsen og genstanden for formidlingen, kulturen. Herved vil jeg med andre ord se på, hvordan oplevelsespotentialet udnyttes ved brug af digital kulturformidling, via apps, med udgangspunkt i krav til oplevelsesdesignet fra oplevelser og kulturformidlingen. Herved vil opstå yderligere en række krav til oplevelsesdesign til besvarelse af problemformuleringen.

Multiverset

Multiverset er fra bogen "Infinite Possibilities. Value on the digital frontier" af Joseph Pine og Kim Korn. Det består af de tre komponenter time, space og matter. Det er henholdsvis tiden, stedet og den stofflighed i begivenheden, der kan give oplevelsen til brugeren. Hver af disse komponenter har en negativ modpol: no-time, no-space og no-matter. Dette skyldes, at når der er tale om inddragelse af digitale elementer, så har begivenheder ikke altid et bestemt tid eller et bestemt sted, hvor de foregår, og de vil heller ikke altid være fysisk håndgribelige og have en bestemt stofflighed (Pine & Korn, 2011, s. 16). (for mere information omkring de seks komponenter, se Bilag 5, Digitalt via apps). De seks komponenter danner et tredimensionelt koordinatsystem.



Model 3 Multiversets tre akser (Pine og Korn, 2011, s. 16)

I koordinatsystemet danner de seks komponenter otte sfærer, som hver indeholder tre af de seks komponenter. De otte sfærer, med deres komponenter, er som følger:

Hvor er oplevelsespotentialer?

Variabler			Sfære
Time	Space	Matter	Reality
No-time	Space	Matter	Warped Reality
No-time	No-space	No-matter	Virtuality
No-time	No-space	Matter	Augmented Virtuality
No-time	Space	No-matter	Alternate Reality
Time	No-space	Matter	Physical Virtuality
Time	Space	No-matter	Augmented Reality
Time	No-space	No-matter	Mirrored Virtuality

Tabel 1 (Pine og Korn, 2011, s. 17)

Det interessante i forhold til smartphonen og tilhørende apps er, at en smartphone og indholdet herpå kan benyttes med alle tre komponenter ved forskelligt fortegn. Den kan benyttes indenfor en given tidsramme, men også benyttes på alle tidspunkter. Den kan benyttes på et givent sted, men også være uafhængig af stedet. Den har en stoflighed i produktet selv og et ikke stofligt indhold. For at undersøge, hvilke sfærer, der kan give den ønskede oplevelse ved brugeren, samt den ønskede meningsfulde forståelse af den historiske kultur, vil jeg kort gennemgå de forskellige sfærer. (For en uddybelse af mulighederne i de forskellige sfærer, se Bilag 5, Digitalt via apps)

Reality⁷

Ifølge Pine og Korn er det i begivenheder i den fysiske verden, at langt de fleste, og også de rigeste, oplevelser kan forekomme, idet der her er størst mulighed for at benytte alle sanser (Pine & Korn, 2011, s. 30). For at kunne skabe den ønskede oplevelse er sansninger og vanebrud essentielle. Begge vurderer jeg i høj grad kan skabes gennem handlinger i den fysiske verden. Derfor må den fysiske verden være det sted, hvor brugeren handler – også selv om fokus i dette speciale er på apps. Reality kan dog ikke udnytte oplevelsespotentialer alene, idet sfæren udelukkende vil indeholde det manifesterede kulturlag. Dermed skal brugerne, jf. kravene udledt af kulturformidling, opfatte den fysiske verden, som den historiske verden.

Warped reality

Warped reality forekommer når tiden går fra normal tid til autonom tid. Her skal den autonome tid dog forstås sådan, at den ikke længere opfattes som normal tid, og derved bliver uafhængig (Pine & Korn, 2011, s. 75). Eksempler på dette kan være opbygning af en tidslomme, som på Dorf Møllegård (Pine & Korn, 2011, s. 64). Dorf Møllegård befinder sig i sfæren warped reality, grundet sin opbygning. Dette betyder dog ikke nødvendigvis, at det opfattes sådan, jf. forrige afsnit. Det er derfor ikke nok blot at lade museet befinde sig i warped reality sfæren.

⁷ Jeg vil udover begrebet reality omtale dette, som den fysiske verden

Virtuality

Sfæren virtuality er i Multiverset det modsatte af reality og er uafhængig af både tid, sted og stoflighed (Pine & Korn, 2011, s. 17). Det virtuelle indebærer alt indhold, der ses virtuelt og kan derfor både være video, lyd eller fx det at se tv eller gå i biografen (Pine & Korn, 2011, s. 95). I forhold til apps, så vil alle situationer eller begivenheder, hvor det udelukkende er indholdet i app'en, der er nødvendigvis være at betragte som virtuelle. Dermed kan der via indholdet i apps kun skabes sansninger, der indebærer synssansen og høresansen. Resten af sanserne kan udelukkende stimuleres i den fysiske verden. Hvis den historiske kultur i forhold til en ramme skal skabes, så kan denne være virtuel og befinde sig i denne sfære. Er der tale om, at skabe en hel virtuel historisk kultur, så må man dog, som i kulturen på museet, beskæftige sig med alle kulturlag med udgangspunkt i kernekulturen. En opsætning af en virtuel historisk kultur gør dog ikke nødvendigvis denne meningsfuld for brugeren.

I det virtuelle kan skabes et rum for brugeren, hvor denne ikke nødvendigvis skal handle. Derfor kan det virtuelle skabe et refleksionsrum, som omtales i kravene fremkommet ud fra behandlingen af oplevelser.

Augmented virtuality

En begivenhed befinder sig i sfæren augmented virtuality, når noget fysisk håndgribeligt i den fysiske verden trigger noget i den virtuelle verden, og derved får begivenhed til at opstå i den virtuelle verden. Et eksempel på dette er wii-konsolen, hvor brugere har fysiske elementer, som kan styre handlingerne i det virtuelle spil, og derved aktiverer hele kroppen. (Pine & Korn, 2011, s. 20, 103-104).

Triggers vil enten kunne benyttes overalt, som det er tilfældet med wii, eller være lokationsbaserede og derfor befinde sig på et bestemt punkt. I augmented virtuality vil selve begivenheden foregå virtuelt. Dermed er det virtuelle det vigtige i denne sfære og syns- og høresansen kan stimuleres. Triggeren er blot en foranstaltning for, at begivenheden kan finde sted, men via en trigger kan man lade brugeren handle i den fysiske verden og skabe større mulighed for en oplevelse og kunne påvirke denne i den fysiske verden.

Augmented reality

Augmented reality kan kort beskrives som lag på den fysiske verden. Begivenheder der finder sted indenfor denne sfære har altså den fysiske verden som udgangspunkt, men ligger et ekstra virtuelt lag på denne verden, som kan forbedre, udvide, redigere eller ændre på den måde brugere perciperer den fysiske verden (Pine & Korn, 2011, s. 36).

Herigennem kan man skabe en ramme, som vil medføre, at den fysiske verden betragtes som den historiske verden via dette ekstra lag bestående af fx billede, lyd eller tekst. Herudover vil man løbende kunne gøre den historiske kultur en

Hvor er oplevelsespotentialer?

større grad af forhåndenværende for brugeren ved at bidrage med informationer som et lag på den fysiske verden, hvori brugeren handler, hvilket vil kunne skabe en dialog mellem forståelseshorisonterne.

Alternate reality

En begivenhed i denne sfære foregår med den fysiske verden som spilleplade, mens selve "spillet" er en virtuel verden. Brugeren handler i den fysiske verden, som dog brugeren opfatter på en alternativ måde, ud fra den virtuelle verden, og dermed handler i den fysiske verden ud fra denne alternative opfattelse (Pine & Korn, 2011, s. 20, 52, 60). Det er altså ud fra de nuværende krav til oplevelsesdesignet denne sfære, som det er ønskværdig, at begivenheden overordnet befinder sig i, idet brugeren kan percipere den fysiske verden ud fra den virtuelle (den historiske kultur).

Physial virtuality

I denne sfære består begivenheden i at skabe noget virtuelt, som kan blive en fysisk genstand i den fysiske verden. Dette kan fx være at designe en t-shirt online og få den tilsendt eller at skabe et billede i billedautomater og få dem printet ud (Pine & Korn, 2011, s. 21).

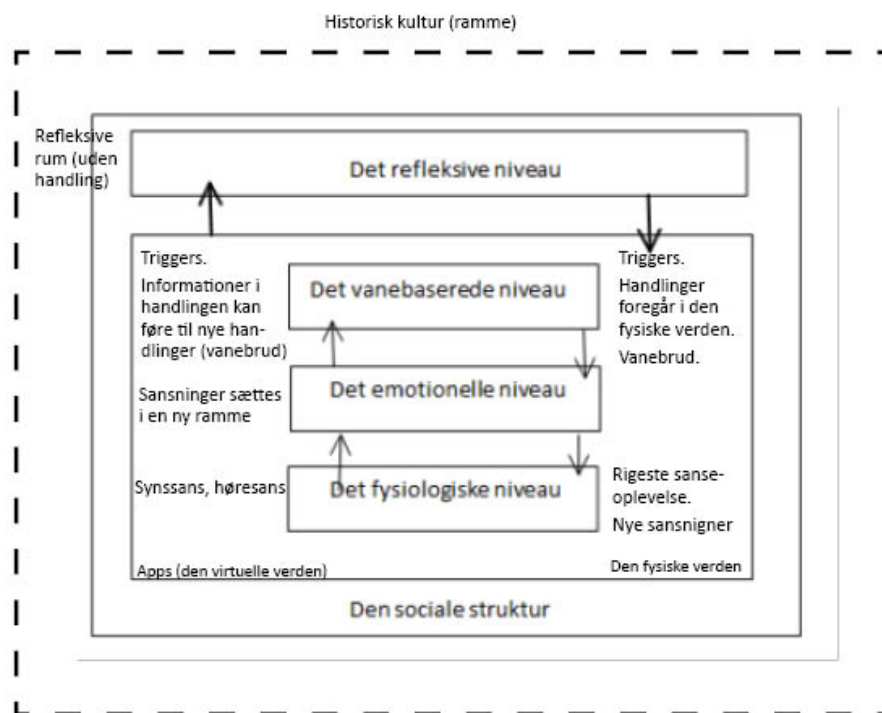
Mirrored virtuality

Mirrored virtuality har samme muligheder og begrænsninger for en begivenhed som sfæren virtuality, men er bundet af tiden (Pine & Korn, 2011, s. 136). Et eksempel på oplevelser i mirrored virtuality kunne være en live fodboldkamp (Pine & Korn, 2011, s. 136).

Oplevelse og digital kulturformidling via apps

I denne gennemgang af de otte sfærer har jeg undersøgt, hvilke sfærer der kan give den ønskede oplevelse ved brugeren, samt gøre den historiske kultur meningsfuld, ud fra undersøgelserne i de foregående afsnit. I forhold til kulturen har jeg vurderet, at apps kan skabe en ramme for brugeren, ved at skabe en virtuel historisk kultur og derigennem gøre den historiske kultur forhåndenværende for brugeren, samt skabe en perception af den fysiske verden ud fra denne virtuelle ramme, hvorudfra brugeren handler.

I forhold til oplevelsen via apps, så har jeg fundet ud af, hvor app'en kan arbejde i forhold til oplevelsens psykologiske struktur indenfor rammen af den historiske kultur.



Figur 9 Egen tilvirkning ud fra (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, s. 157). Den digitale kulturformidlings via apps arbejde i oplevelsens psykologiske struktur.

Her ses det, hvordan apps har indflydelse på den overordnede ramme, hvor der handles indenfor. Derudover har app'en en vis indflydelse på det fysiologiske niveau udelukkende gennem synssansen og høresansen. De rigeste sanseoplevelser findes i den fysiske verden og app'en kan lede brugeren rundt i denne og derved påvirke deres sansninger og deres oplevelse. App'en kan lede brugeren ved at give brugeren løbende information indenfor handlingsrammen, og derved lade brugeren handle ud fra denne information. En handling som kan være et vanebrud for brugeren. Derudover kan apps styre brugerens handlinger via triggers. Disse triggers vil samtidig kunne styre brugerens handlinger og kan føre til vanebrud – et vanebrud som senere vil kunne reflekteres over eller kan reflekteres over

Krav til oplevelsesdesign – digitalt via apps

Denne undersøgelse af udnyttelsen af oplevelsespotentialer gennem apps har i sig selv opsat yderligere krav til oplevelsesdesignet, for at oplevelsespotentialer kan opfyldes.

- Oplevelsesdesignet skal skabe en virtuel historisk kultur
- Oplevelsesdesignet skal have lokationsbestemte triggere til en virtuel verden, som brugeren skal handle for at udløse

Hvor er oplevelsespotentialet?

- Gennem interaktion med oplevelsesdesignet skal brugerens handlinger i den fysiske verden være enten selve begivenheden eller lede op til begivenheden

Ved gennemgangen af de forskellige sfærer i Multiverset ud fra det definerede oplevelsespotentialer, og kravene til et oplevelsesdesign for at opfylde dette, har jeg opsat yderligere krav til oplevelsesdesignet, idet udnyttelsen af oplevelsespotentialet foregår gennem apps. For at oplevelsespotentialet skal kunne udnyttes er det dog nødvendigt, at brugerne interagerer med selve oplevelsesdesignet. For at gøre dette og samtidig være motiverede for at få en oplevelse, skal de have en motivation for at interagere hermed og være engageret heri. For at undersøge motivation og engagement, vil jeg benytte mig af Ole Ertløvs begreb engagement samt Mihaly Csikszentmihalyis begreb 'flow'.

Motivation og engagement

For kort at vende tilbage til den personlige oplevelse, så blev det her beskrevet, hvordan oplevelsen handler om og går ud fra brugeren. Oplevelsen starter og slutter ved brugeren (Jantzen & Rasmussen, Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?, 2007, s. 44). Derfor er det vigtigt, at brugeren ønsker at interagere med oplevelsesdesignet og er engageret heri, for at oplevelsespotentialet kan udnyttes.

I artiklen "Engagement, der skaber oplevelser – oplevelser, der engagerer" beskriver Ole Ertløv Hansen engagement som identifikation og indlevelse. Identifikation er at identificere sig selv og andre i spillet, samt kende reglerne for selve spillet. Indlevelse handler om immersion, hvor brugeren er helt omsluttet og indlejret i et andet miljø, og derfor også handler herudfra, og dette er samme tilstand, som er ønskværdig i forhold til udnyttelsen af oplevelsespotentialet. Hansen beskriver, hvordan netop flow kan skabe dette engagement. (Hansen, 2007, s. 170-173, 180) (For en mere detaljeret beskrivelse af begrebet engagement, se Bilag 6, Flow; motivation og engagement). Csikszentmihalyi beskriver flow som en ønskværdig situation for individet med flere positive udfald. Når en person har oplevet flow, så vil denne person ønske at komme i samme flowtilstand igen (Csikszentmihalyi, 2008, s. 242).

Det er dog ikke udelukkende flow, som kan betegnes som motivation, og her skal vi igen tilbage til undersøgelsen af oplevelser, hvor velbehag, ubehag og nydelse er behandlet. Disse tre begrebet knytter sig til begrebet arousal, som beskriver en brugers opvakthed, som stiger mellem lav og høj, men hvor der til enhver tid findes en optimaltilstand for den enkelte bruger (Jantzen, Mellem nydelse og skuffelse. Et neurofysiologisk perspektiv på oplevelser, 2007, s. 149). Her vil brugere forsøge at opnå denne optimaltilstand og dette kan ligeledes være motivation til at interagere med et oplevelsesdesign, som vil give dette, jf. beskrivelsen af det vanebaserede niveau (For en mere detaljeret beskrivelse af begrebet arousal, se Bilag 6, Flow; motivation og engagement). Det kan groft betegnes sådan, at flow er nydelsen i handlingen, aktiviteten og udviklingen heraf for brugeren, mens arousal er nydelsen i processen i at gå til et niveau, hvor brugeren føler velbehag (Jantzen, Mellem nydelse og skuffelse. Et neurofysiologisk perspektiv på oplevelser, 2007, s. 156) (Csikszentmihalyi, 2008, s. 227). Begge vil dog være en motivation for brugeren til at interagere med oplevelsesdesignet. Jeg vælger at beskæftige mig med flow og derved fravælge blandt andet arousal, idet specialet har fokus på brugerens handling i den

Hvor er oplevelsespotentialet?

historiske kultur og brugerens oplevelse afhænger af brugeren, vil det være ønskværdigt, hvis brugeren ønsker, at udføre denne handling og handlingen i sig selv ville være motivation herfor.

Flows dimensioner

Csikszentmihalyi opstiller otte dimensioner af flow, hvor nogle er forudsætninger for, at flow kan forekomme og andre er resultatet af flow, som han ud fra flere undersøgelser vurderer, er generelle for både kulturer og alder (Csikszentmihalyi, 2008, s. 229). De opsatte forudsætninger vil kunne overføres til opsatte krav for oplevelsesdesignet. (For en mere detaljeret gennemgang af resultater og forudsætninger for flow, se Bilag 6, Flow; motivation og engagement)

Resultaterne af flow

Resultaterne af flow kan opsættes i seks forskellige punkter⁸⁹

- Handling og bevidsthed smelter sammen
- Fuld opmærksomhed på opgaven
- Man glemmer på en måde sig selv
- Ændret eller hel forsvindende tidsfornemmelse
- En følelse af potentiel kontrol
- Oplevelsen af autotelisk

Når brugeren er i flow vil denne være fuldt ud koncentreret omkring den opgave, som han eller hun er i gang med. Opmærksomheden på opgaven vil lede opmærksomheden væk fra brugerens egen selvopfattelse, egne bekymringer og irrelevante stimuli. Brugeren vil ikke tænke på sin egen fremtoning, men i stedet på opgaven eller aktiviteten og derved vil brugerens bevidsthed og handlinger smelte sammen (Csikszentmihalyi, 2008, s. 231). Er brugeren i flow, vil denne glemme tiden, som kan føles længere eller kortere eller begge dele for brugeren (Csikszentmihalyi, 2008, s. 240). Hvis brugeren føler, at denne kan løse stillede udfordringer ud fra egne evner, så vil denne opnå en følelse af kontrol over situationen, og denne følelse er med til at afføde flow (Csikszentmihalyi, 2008, s. 235). Hvis brugeren har oplevet flow, så vil aktiviteten, hvor denne finder flow være en begivenhed i sig selv, og brugeren vil ønske at opnå denne tilstand igen – ikke nødvendigvis for at nå et mål, men for at være i tilstanden (Csikszentmihalyi, 2008, s. 241-242).

⁸ Dette er i modsætning til andre opsætninger, hvor kun fem af de seks ses, som resultater, mens 'En følelse af potentiel kontrol' sættes som en forudsætning for flow. Jeg mener dog, at den kan ses som begge dele og har her placeret den som et resultat.

⁹ Følgende er sammendrag fra (Csikszentmihalyi, 2008, s. 227-244). For mere detaljerede henvisninger se Bilag 6, Flow; motivation og engagement.

Forudsætninger for flow

Forudsætningerne for, at flow kan finde sted er overordnet set de nedenstående. Disse vil jeg behandle i forhold til oplevelsesdesignet, idet jeg mener, at dette vil give mere specifikke krav hertil.

- Klare mål og feedback
- Balance mellem udfordring og personlig kapacitet

For at have et klart mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet, vurderer jeg, at dette mål skal forklares eksplicit til brugeren. Derfor må museerne være klar over målet med et oplevelsesdesign. Ses der på forståelsen af oplevelsespotentialet, så kan det vurderes, at målet er at give brugerne erfaringer. Dette er nok målet med udnyttelsen af oplevelsespotentialet, og dermed effekten af målet, men ikke målet med selve interaktionen med oplevelsesdesignet. Mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet og effekten heraf skal altså kunne adskilles.

Feedbacken til brugeren skal ikke nødvendigvis komme øjeblikkeligt (Csikszentmihalyi, 2008, s. 233). Feedback og mål er afhængige af hinanden, idet jo stærkere målet er, jo længere tid kan der gå før feedbacken kommer. Når der er krav om mål og krav om feedback, så forudsætter dette, at der skabes rammer for brugerens handlinger for at dette mål kan opnås og selve aktiviteten kan foregå og være autotelisk.

For at kunne skabe balance mellem udfordring og kapacitet, må der tages hensyn til brugernes færdigheder i forhold til interaktionen. Når der tages stilling til færdigheder, vil der også skulle tages stilling til en målgruppe. Det er allerede nævnt, hvordan museet bør tage udgangspunkt i, at brugeren ikke kender til den historiske kultur. Dermed er en brugergruppe valgt. Det kan ligeledes antages, at en bruger ikke kender til brugen af en smartphone. I dette tilfælde må selve interaktionen forklares. Derudover må mål og rammer forklares for brugeren, så brugeren kan arbejde indenfor rammerne og opnå målet. Grundet forskellighed hos brugerne må oplevelsesdesignet kunne løses med forskellige grader af færdigheder for at kunne skabe muligheden for flow, for alle brugere, eller for den enkelte bruger, i forskellige situationer. Dog vil det med et enkelt produkt, som fx en app, være svært at kunne skabe sammenhæng mellem udfordring og færdigheder for alle brugergrupper på én gang. Derfor vil et valg i forhold til sværhedsgrader og indhold ligeledes være et valg af nogle brugere frem for andre. Alle disse informationer, skal brugeren blandt andet have for at bidrage til brugernes følelse af potentiel kontrol. Derfor må der være en hjælpefunktion i app'en, der kan forklare de forskellige nødvendige informationer med udgangspunkt i en bestemt målgruppe.

Hvor er oplevelsespotentialet?

Krav til oplevelsesdesignet – flow

Dette stiller en række krav til oplevelsesdesignet, som skal være opfyldt før flow kan opstå, og brugeren herigennem kan få motivation for at benytte oplevelsesdesignet og engagement heri, for herved at udnytte oplevelsespotentialet.

- Der skal være et mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet
- Målet med interaktionen med oplevelsesdesignet skal være tydeligt for brugeren
- Brugeren skal have feedback omkring opnåelsen af dette mål
- Feedback og mål skal passe sammen i styrke
- Oplevelsesdesignets mål og udfordringer for at opnå målet skal tage udgangspunkt i brugerens færdigheder
- Oplevelsesdesignet skal indeholde en hjælpefunktion, hvor brugeren kan tilegne sig de nødvendige færdigheder
- Udfordringerne i oplevelsesdesignet skal kunne løses i forskellige sværhedsgrader

Opfyldes disse krav til oplevelsesdesignet, sammen med de tidligere opstillede krav, vil oplevelsespotentialet blive udnyttet gennem brugerens interaktion med oplevelsesdesignet. Med denne sidste forståelse af, hvordan oplevelsespotentialet udnyttes, vil jeg nu opstille en række krav ud fra mine undersøgelser og ud fra oplevelsespotentialet for den digitale kulturformidling via apps, samt udnyttelsen af dette.

Krav til oplevelsesdesign

I løbet af processen, hvori jeg har forsøgt at svare på problemformuleringen, har jeg fundet en definition på oplevelser og kulturformidling og samlet disse til det jeg kalder oplevelsespotentialer. Herefter har jeg set på, hvordan dette oplevelsespotentialer kan udnyttes gennem brugerens interaktion med apps som en digital rammesætning for dette oplevelsespotentialer. Derudover har jeg vurderet aspekter omkring brugerens motivation for at benytte disse apps. Hver del har givet en række krav til oplevelsesdesignet, som betragtes som den overordnede rammesætning. Gennem brugerens interaktion med oplevelsesdesignet, som opfylder de opstillede krav, vil oplevelsespotentialer være opfyldt.

Kravene er opstillet sådan, at kravene fra behandlingen af flow er først, ide disse sætter en ramme for oplevelsesdesignet. Herefter følger krav ud fra undersøgelsen af kulturformidling. Begge disse grupper af krav stiller krav til indholdet i app'en. Den tredje række af krav er fra gennemgangen af 'Digitalt via app', hvorved der opsættes konkrete krav til app'ens opbygningen. Som den fjerde række af krav indsættes kravene fra behandlingen af oplevelser.

- Der skal være et mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet
- Målet med interaktionen med oplevelsesdesignet skal være tydeligt for brugeren
- Brugeren skal have feedback omkring opnåelsen af dette mål
- Feedback og mål skal passe sammen i styrke
- Oplevelsesdesignets mål og udfordringer for at opnå målet skal tageudgangspunkt i brugerens færdigheder
- Oplevelsesdesignet skal indeholde en hjælpefunktion hvor brugeren kan tilegne sig de nødvendige færdigheder
- Udfordringerne i oplevelsesdesignet skal kunne løses i forskellige sværhedsgrader
- Den historiske kultur som ramme for interaktionen med oplevelsesdesignet skal være klar for brugeren
- Oplevelsesdesignet skal lade brugeren handle aktivt i proceslaget for den historiske kultur
- Oplevelsesdesignet skal løbende i begivenheden give brugeren en forhåndenværende forståelse for den historiske kultur
 - Gennem informationer om og/eller visninger af det manifesterede kulturlag

Hvor er oplevelsespotentialet?

- o Gennem informationer om og/eller visninger af proceslaget
 - o Gennem informationer om kernekulturen
- Oplevelsesdesignet skal skabe en virtuel historisk kultur
- Oplevelsesdesignet skal have lokationsbestemte triggere til en virtuel verden, som brugeren skal handle for at udløse
- Gennem interaktion med oplevelsesdesignet skal brugerens handlinger i den fysiske verden være enten selve begivenheden eller lede op til begivenheden
- Oplevelsesdesignet skal skabe sansninger for brugeren, der skaber ubehag, velbehag eller nydelse
- Oplevelsesdesignet skal skabe vanebrud for brugeren
 - o Gennem uvante sansninger
 - o Gennem rammesætning for uvante handlinger
- Oplevelsesdesignet skal lade brugeren reflektere over oplevelsen (uden brugeren handler)
 - o Under begivenheden
 - o Efter begivenheden

Min formodning er, at disse krav kan benyttes som et analyseredskab i forhold til at vurdere apps' oplevelsespotentialer, og hvori dette befinder sig. Derved vil museerne ud fra krav kunne vurdere et oplevelsespotentialer i en given app. Derudover er min formodning, at kravene også kan bruges som et designredskab til at vurdere, hvordan et oplevelsesdesign kan udvides, for at det kan udnytte oplevelsespotentialer. For at vurdere disse formodninger vil jeg foretage en analyse af tre af de apps, som jeg behandlede i indledningen, samt gennemgå kravene i forhold til den førnævnte app Musetes Mysterier og ud fra denne gennemgang ændre designet, hvor det er nødvendigt, for at oplevelsespotentialer i app'en kan blive opfyldt.

Krav som analyseredskab

For at undersøge min hypotese omkring analysepotentialet, i kravene, vil jeg inddrage tre af de apps, der blev omtalt indledningsvist i specialet – en fra hver kategori. Der kan læses om de tre apps i Bilag 1, Gennemgang af app. Herudfra vil jeg kunne vurdere oplevelsespotentialet i hver af de tre apps og muligvis også i hver af de tre kategorier. Herudover vil jeg inddrage natteløbet, for at kunne vurdere, hvordan et oplevelsespotentialt ligger heri, og hvilke muligheder apps kan have, som natteløbet ikke har og omvendt.

Dette vil jeg gøre ved først at sætte kravene op i et skema, hvortil det kan vurderes, om kravet er opfyldt. Herefter vil jeg uddybe opfyldelsen af hvert krav fra alle aspekter samlet, for at få en større forståelse for de forskellige krav.

	Åbning mod øst (ÅMØ)		Digitale tråde over landskabet (DTOL)		Koldkrigs -spionen (KKS)		Natteløbet	
	+	-	+	-	+	-	+	-
Der skal være et mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet		X		X	X		X	
Målet med interaktionen med oplevelsesdesignet skal være tydeligt for brugeren		-		X	X		X	
Brugeren skal have feedback omkring opnåelsen af dette mål		-		-	X		X	
Feedback og mål skal passe sammen i styrke		-		-	X		X	
Oplevelsesdesignets mål og udfordringer for at opnå målet skal tage udgangspunkt i brugerens færdigheder		-		-	X		X	
Oplevelsesdesignet		X	X		X			X

Hvor er oplevelsespotentialt?

skal indeholde en hjælpefunktion, hvor brugeren kan tilegne sig de nødvendige færdigheder								
Udfordringerne i oplevelsesdesignet skal kunne løses i forskellige sværhedsgrader		X		X		X		X
Den historiske kultur som ramme for interaktionen med oplevelsesdesignet skal være klar for brugeren	X			X		X	X	
Oplevelsesdesignet skal lade brugeren handle aktivt i proceslaget for den historiske kultur		X		X	X		X	
Oplevelsesdesignet skal løbende i begivenheden give brugeren en forhåndenværende forståelse for den historiske kultur	X		X		X		X	
- Gennem informationer om og/eller visninger af det manifesterede kulturlag	X		X		X		X	
- Gennem informationer om og/eller visninger af proceslaget	X		X		X		X	
- Gennem informationer om kernekulturen	X		X		X			X
Oplevelsesdesignet skal skabe en virtuel historisk kultur	X		X		X			X
Oplevelsesdesignet skal have lokationsbestemte triggere til en virtuel verden, som brugeren skal handle for at udløse		X	X		X			X

Gennem interaktion med oplevelsesdesignet skal brugerens handlinger i den fysiske verden være enten selve begivenheden eller lede op til begivenheden		X	X		X			X
Oplevelsesdesignet skal skabe sansninger for brugeren, der skaber ubehag, velbehag eller nydelse		(X)		(X)	(X)		X	
Oplevelsesdesignet skal skabe vanebrud for brugeren		X		X	X		X	
- Gennem uvante sansninger		X		X	X		X	
- Gennem rammesætning for uvante handlinger		X		X	X		X	
Oplevelsesdesignet skal lade brugeren reflektere over oplevelsen (uden brugeren handler)	X		X		X		X	
- Under begivenheden	X		X			X	X	
- Efter begivenheden	X		X		X		X	

1. Der skal være et mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet



Billede 1 Forside på Digitale Tråde over Landskabet (Museum Midtjylland, 2012)

I forhold til de tre apps er det kun ved KKS, at målet med interaktionen synes at være klart. I denne er der også opsat en række opgaver og aktiviteter opsat for at kunne nå disse mål. Hverken ÅMØ eller DTOL synes at have et egentlig mål med brugerens interaktion og derfor må målet her være op til brugeren selv. Jeg vurderer dog, at med hensyn til ÅMØ, kan målet være at besøge museet og bruge app'en her og ved DTOL kan målet være, at brugeren benytter app'en i naturen. Derudover kan det ud fra informationer på DTOLs forside vurderes, at formålet kan være selve interaktionen med app'ens funktioner. Idet disse er udførligt beskrevet her. Dette vurderer jeg dog ikke er et klart mål, men mere en ramme for brugerens handlinger – dog uden mål herfor. Det

Hvor er oplevelsespotentialet?

er dog kun KKSs formål, som jeg vurderer, er af tydelig nok karakter, til at dette kan være en forudsætning for, at brugeren kommer i flow. Brugerne kan altså ikke benytte disse apps, som de er tiltænkt, til at komme i flow¹⁰.

I forhold til natteløbet, så vurderer jeg, at målet netop at være på natteløb og gennemføre dette, samt at skabe nydelse ved brugeren. Nydelsen kan dog ses som effekten, frem for målet, og derfor vurderer jeg, at målet i natteløbet ikke var tydeligt nok i sig selv, til at jeg kunne være i flow i situationen, idet man ikke heri kunne føle kontrol hermed.

I arbejdet med dette krav vil man være nødsaget til at definere et mål, eller se efter et mål, og hvis dette ikke findes, så må der skabes et. Dette sætter fokus på brugeren, da det er for disse og deres motivation, at målet opsættes.

2. Målet med interaktionen skal være tydeligt for brugeren

Målet med brugerens interaktion med KKS står tydeligt i app'en: *"Din opgave er at afsløre spionen i bunkeren på mindre end 45 minutter"* (Københavns Befæstning a, 2013). I ÅMØ findes der ikke nogen beskrivelse af et mål, mens der i DTOL står den omtalte information på app'ens forside.

I natteløbet ville målet kun være tydeligt for de, der før har været på natteløb. Havde dette været det første natteløb, jeg havde været på, ville dette mål ikke have været klart for mig. Selve rammerne for natteløbe, fx at blive vækket om natten og ikke vide hvad der skal ske, gjorde dog, at målet og rammen hurtigt var klar, da natteløbet startede.

Hvis ikke museer kan finde et mål, så kan brugerne heller ikke. Det er derfor vigtigt at målet, på en eller anden vis, er brugerne bekendt. Som det ses i tilfældet med natteløbet, behøver dette dog ikke være at finde på selve app'en.

3. Brugeren skal have feedback omkring opnåelsen af dette mål

I KKS er målet at afsløre spionen, inden der er gået 45 minutter, jf. Billede 3. For at kunne give løbende feedback for at nå dette mål, har app'en også opsat rammer for, hvordan målet nås. Brugeren skal indenfor de opsatte rammer gå rundt i bunkeren, scanne punkter og derved få alibier, som kan placeres ved fem mistænkte, jf. Billede 3. I app'en står:

"Når fire mistænkte har to alibier, kan du afsløre spionen" (Københavns Befæstning a, 2013)

Dermed gives feedback ud fra rammerne, for jo flere alibier brugeren har givet de mistænkte – jo tættere er denne på at nå målet, og denne feedback kommer derfor løbende. Her ses det yderligere, at rammerne i høj grad styrer brugernes

¹⁰ Dette kan dog skabe nydelse ved brugeren ud fra teorien om arousal.

handlinger, idet det skal udføres for at løse målet. Dermed kan brugernes sansninger påvirkes, og vanebrud kan skabes.

I forhold til ÅMØ og DTOL er der intet mål og dermed ingen feedback omkring opnåelse af målet. Selv hvis brugeren kan opsætte sine egne mål i brugen af app'en, fx at nå et vist antal punkter, så vil der ikke være feedback til dette i app'en.

I natteløbet kom feedbacken ikke løbende, men i stedet efter selve natteløbet var færdigt, idet man her havde gennemført natteløbet.

Det er ikke nok at have et mål, hvis ikke brugeren ved, hvornår dette mål er nået, eller om det er nået. For at gøre feedbacken tydeligere kan der i app'en opsættes rammer for brugerens handlinger, hvori feedbacken bliver en form for pay-off for hver museum.

4. Feedback og mål skal passe sammen i styrke

Hos Koldkrigsspionen er der en fastsat tidsramme på 45 minutter. Den endelige feedback omkring opnåelse af målet fås altså forholdsvis hurtigt for brugeren. Derudover kommer feedbacken også løbende, jf. krav nr. 3. Der er altså hele tiden feedback, som medfører, at brugeren ved, hvor denne er. Dette skyldes de klart opsatte rammer for at nå målet.

I natteløbet var der ingen løbende feedback, og derfor kunne der argumenteres for, at min fornemmelse af potentiel kontrol forsvandt. Denne uvished skabte dog en bestemt oplevelse, som jeg senere opsøgte igen, samt en erfaring. Derfor var rammerne omkring natteløbet, hvor man vidste, at dette var et natteløb, og målet, som var at fuldføre natteløbet, øjensynligt så stærkt, at feedback, som udelukkende kom til sidst, var nok i situationen.

Hvis der ses på dette krav, så skal man ikke blot vurdere feedbacken i tid, men også styrken af målet og kompleksiteten af rammerne til opnåelsen heraf. Hvis målet med et oplevelsesdesign fx blot er at svare på et spørgsmål, skal svaret komme hurtigt. Hvis der derimod er mere komplekse rammer for at opnå målet, som det er tilfældet med KKS, så vil feedbacken kunne komme efter en længere tidsperiode.

5. Oplevelsesdesignets mål og udfordringer for at opnå målet skal tage udgangspunkt i brugerens færdigheder

I det at tage udgangspunkt i brugerens færdigheder, ligger også at museet ved, hvem brugeren og målgruppen er, idet de forskellige målgrupper vil have forskellige færdigheder inden for diverse områder.

I KKS er målgruppen børn fra ca. 9-13 år. Disse vil sandsynligvis være kendte med smartphones og funktionerne heri og vil hurtigt, via hjælpefunktionen, kunne forstå og følge de opsatte rammer for at nå målet. Hvor de derimod kan

have et problem med forstå den historiske kultur, som jeg ud fra eksemplet med Victoria vurderer, at de ikke har det store kendskab til, før de benytter app'en. Det stiller krav til skabelsen af forståelsen for denne historiske kultur og dermed skabelsen af rammerne, som skal være den historiske kultur. DTOL giver med hjælpefunktionen brugeren færdigheder, så denne kan benytte app'en. Dette siger dog ikke meget om målgruppen. ÅMØ har grundet den manglende vejledning muligvis afskåret de brugere, som ikke med egne kompetencer kan eller vil benytte en smartphone på eller udenfor museet. Natteløbet havde det udgangspunkt, at alle kendte til rammen. Der kunne have været nogle i natteløbet, som ikke var klar over, hvad der skete, og dermed ikke havde færdighederne til at gennemføre, fx hvis de blev for bange. Havde dette været tilfældet, skulle der have været hjælp til, at disse kunne gennemføre.

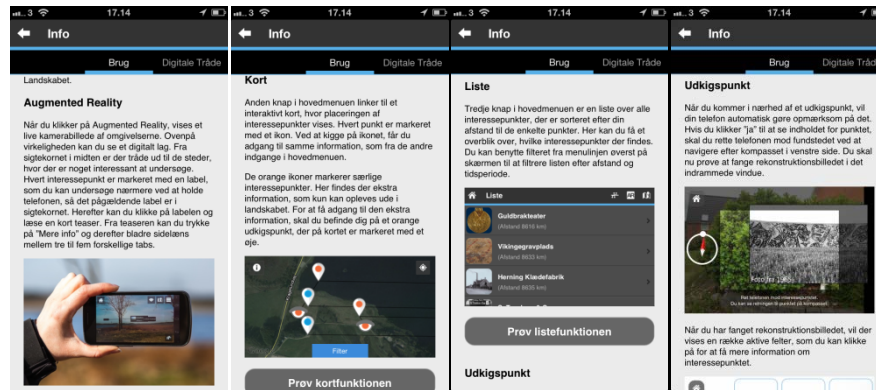
Et andet aspekt, hvori man kan undersøge målgruppen og brugerens færdigheder, vurderer jeg er i indholdet, idet dette vil henvende sig til en bestemt målgruppe. Når en målgruppe er valgt må indholdet også tilpasses denne målgruppe. I Koldkrigsspionen er mekanismerne forklaret i hjælpefunktionen, men det er op til brugerens færdigheder at vurdere hvilke alibier, der skal gives til de forskellige personer. Dermed har indholdet stor betydning for om app'en passer til en brugers færdigheder eller ej, og om brugeren kan løse opgaven med sine eksisterende færdigheder. Om indholdet passer til brugerens færdigheder vil være en vurderingssag og kræve viden om kommunikation til denne brugergruppe. Også DTOL og ÅMØ henvender sig til en bestemt målgruppe med deres indhold og fx deres tekster i app'en. Hvor alle apps har indhold, så har natteløbet udelukkende en kontekst og rammer for brugerens handlinger heri.

Som det ses, så skal en målgruppe altså vælges – og vil blive valgt, selv om dette ikke gøres. Målet må her blot være at henvende både funktioner, indhold og rammer for handlinger til den samme målgruppe og til de samme færdigheder. Det ses også, at dette krav har indflydelse på den virtuelle kultur.

6. Oplevelsesdesignet skal indeholde en hjælpefunktion, hvor brugeren kan tilegne sig de nødvendige færdigheder

Selv om man skal tage udgangspunkt i brugerens færdigheder, så kan der være nødvendige færdigheder, som kan tillæres brugeren.

Både DTOL og KKS har en hjælpefunktion. Jeg vurderer at denne, i DTOL, omhandler hjælpefunktionen brugen af augmented reality, kortet og lister, og dermed brugen af de konkrete teknologier for at kunne læse om den historiske kultur. Som nævnt mener jeg, at dette også viser formålet med app'en. Dermed vil en bruger, der ikke kender til disse funktioner kunne hente hjælp om disse her og vil kunne benytte app'en – dog uden, at der er et oplevelsespotentialer i interaktionen.



Billede 2 Funktionen 'Brug' i Digitale tråde over landskabet (Museum Midtjylland, 2012)

I KKS fortæller hjælpefunktionen om hele den opsatte proces, rammer og mål, og brugeren kan derved i alle sammenhænge finde hjælp og tilegne sig færdigheder her, både i forhold til brugen af app'en og opnåelsen af målet. ÅMØ har ingen hjælpefunktion og viser dermed hverken et mål eller hvordan app'en benyttes. Dette kan muligvis medføre forvirring hos nogle brugere, hvis de ikke kender til app'en. Natteløbet havde ingen hjælpefunktion og ingen måde hvorpå nye færdigheder kunne tilegnes. Dermed var man i høj grad afhængig af tidligere færdigheder, hvilket vil være tilfældet, hvis en hjælpefunktion ikke findes.



Billede 3 Hele hjælpefunktionen i Koldkrigsspionen (Københavns Befæstning a, 2013)

Hjælpefunktionen sætter altså også rammer op for målet med interaktionen, idet disse kan forklares her. Fra udviklerens side må det vurderes, hvad der er de nødvendige færdigheder, for den udvalgte målgruppe, for at oplevelsespotentiallet kan udnyttes, og opgaverne ikke bliver enten for svære eller for nemme. En sådan hjælpefunktion kan ligeledes tilknyttes viden om den historiske kultur, idet denne også vil være nødvendig at få hjælp til.

7. Udfordringerne i oplevelsesdesignet skal kunne løses i forskellige sværhedsgrader Sværhedsgraden knytter sig ligeledes til en målgruppe. Ændres sværhedsgraden ikke, vil app'en derfor være til en bestemt målgruppe med de evner, og denne

Hvor er oplevelsespotentialer?

målgruppe vil sandsynligvis ikke komme i flow igen, hvis de prøver app'en mere end én gang, idet udfordringerne derfor ikke vil være store nok.

I DTOL og ÅMØ ligger sværhedsgraden i indholdet (teksterne, billeder, videoer) og forståelserne af disse samt brugen af funktionerne, idet der ikke er opsat rammer for brugerens handlinger. Denne information knytter sig dog ikke til en opgave, der skal løses. Jeg vurderer yderligere, at denne information ikke vil ændre sig. I KKS er der ligeledes kun én sværhedsgrad, og dermed vil app'en sandsynligvis kun kunne udnytte oplevelsespotentialer, første gang brugeren benytter app'en.

I modsætning til de forskellige apps, så var natteløbet kun tiltænkt som en engangsevent. Herved var forskellige sværhedsgrader mindre nødvendige. Det samme er tilfældet med apps. Hvis de kun er skabt til at blive benyttet én gang af en bruger, er forskellige sværhedsgrader ikke nødvendigt. Men apps kan, grundet det virtuelle benyttes flere gange og på "alle" givne tidspunkter. Derfor vil det være en fordel at tænke en sværhedsgrad ind i app'en og på den måde fremtidssikre denne.

8. Den historiske kultur som ramme for interaktionen med oplevelsesdesignet skal være klar for brugeren

I ÅMØ er den historiske kultur tydelig som ramme og er afgrænset til at være en familie, der rejser fra Danmark til Østen og bor og arbejder der (Museum Østjylland, 2013). Denne bliver forklaret for brugeren, idet der står, at denne app hører til den enkelte udstilling. Også KKS har et afgrænset historisk område omkring Ejbybunkeren i Den Kolde Krig. Dette bliver dog ikke forklaret for brugeren i app'en, og derfor kan der sættes spørgsmålstejn ved, om brugeren forstår dette, og dermed handler indenfor denne historiske kultur, eller om brugeren i virkeligheden blot handler indenfor sin egen kultur. DTOL har i modsætning til de andre apps en historisk kultur, der strækker sig over 8000 år (Museum Midtjylland, 2012). Derfor må brugeren til alle tider gøres opmærksom på, i hvilken tid denne er, hvilket også er tilfældet gennem markeringer af, hvilket år den givne genstand er fra. Hvor brugeren i ÅMØ vil kunne sætte alt under samme ramme, og derfor kunne skabe dialog med den enkelte historiske kultur, så vil brugeren hele tiden i DTOL skulle skifte mellem forskellige historiske kulturer og selv holde disse op mod hinanden. Det er dog muligt i DTOL at vælge en bestemt tidsalder og kun få indhold her indenfor.

I natteløbet var kulturen spejderlejren. Hver stor spejderlejr havde et tema, som fx 2. verdenskrig eller Robin Hood, og det var også indenfor denne temaramme at natteløbet lå. Derfor var "den historiske kultur" kendt på forhånd. Når der er tale om en app, så er det denne app, som kan rammesætte hele begivenheden og derfor også rammesætte den indenfor en historisk kultur. I modsætningen til det stort opsatte event, spejderlejren og natteløbet, så kan en app altså umiddelbart tilgås til alle tider, og uden megen forudgående planlægning.

9. Oplevelsesdesignet skal lade brugeren handle aktivt i proceslaget for den historiske kultur

Forudsætningen for dette er, at brugeren forstår den historiske kultur, hvori der handles, og derfor er opfyldning af krav nr. 8 en forudsætning for opfyldning af krav nr. 9.

Selv om ÅMØ og DTOL gør den historiske kultur som ramme klar, så lader den ikke brugeren handle indenfor denne kultur. KKS lader sine brugere handle i proceslaget, men som beskrevet i forrige krav, er det ikke sikkert, at brugeren har forståelsen for dette. Selve natteløbet derimod havde en klar ramme i spejderlejren og var baseret på handling, som man via temaet forstår handlingen indenfor. Dog mindes jeg ikke temaet, men udelukkende oplevelsen. Men grundet temaet, og dermed ramme for oplevelsen, vurderer jeg, at erfaringen er en del heraf.

10. Oplevelsesdesignet skal løbende i begivenheden give brugeren en forhåndenværende forståelse for den historiske kultur

For at vurdere dette vil jeg gennemgå de tre apps, samt natteløbet, på hvert kulturlag for at vurdere i hvilken grad, der skabes en forhåndenværende forståelse for brugeren på hvert lag.

Åbning mod øst

I ÅMØ vises det manifeste kulturlag i form af billeder af objekter, og der gives informationer omkring dette. Derudover gives der informationer om proceslaget gennem tekst, billede og lyd. Også kernekulturlaget beskrives gennem tekst. Disse tre lag mikses sammen i informationen, hvilket kan ses på Billede 4, hvor klædedragten vises på billedet (det manifeste kulturlag). Teksten forklarer, at dragterne blev båret af både mænd og kvinder (proceslaget) og fulgte man ikke rangordenerne, blev det betragtet som forræderi (kernekulturen). I udstillingen på museet, som app'en knytter sig til, vurderer jeg, at kulturlagene ligeledes findes på samme vis. Der gives altså en mængde informationer omkring den historiske kultur på alle kulturlag, og det er dermed forhåndenværende for brugeren. Brugeren vil læse dette løbende.



De uformelle dragter ved det kinesiske hof var prydet med dragemotiver og den samlede dekoration symboliserede universet. De lange silkedragter blev båret af den kejserlige familie, adelen og embedsmændene, og variationerne i farver og mønstredetaljer angav rangforskellene. Et vigtigt skel mellem de forskellige rangordener var antallet af klør på dragtens drager. Lungdragen med fem klør var forbeholdt kejseren og hans familie, mens adel og højtstående embedsmænd havde tilladelse til at bære mangdragen med fire klør. Fravigelse af dette var at betragte som forræderi mod kejseren.

Billede 4 Billede af kinesisk klædedragt, samt tekst omkring de forskellige kulturlag. (Museum Østjylland, 2013)

Digitale tråde over landskabet

Det forholder dig på mange punkter på samme vis med DTOL som med ÅMØ. Her er der også billeder af det manifeste kulturlag, samt beskrivelser omkring proceslaget og kernekulturen. I dette tilfælde består kernekulturen dog af mange forskellige historiske tider. Derudover kan brugeren, på et givent sted, se hvordan dette sted har set ud i den historiske kultur. Jeg vurderer, at den

Hvor er oplevelsespotentialiet?

historiske kultur ikke i højere grad vil være forhåndenværende, blot ved at være på stedet. Dog vil der kunne skabes et mindre overlap mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske ide, disse befinder sig på samme sted. Som med ÅMØ er den historiske kultur udelukkende forhåndenværende, hvis brugeren ser og læser indholdet. I nogle tilfælde med DTOV må brugeren endda være på et bestemt sted for at læse dette indhold.

Koldkrigsspionen

I KKS findes det manifeste kulturlag i selve bunkeren, og dermed på museet, som det er tilfældet med Dorf Møllegård. Det vises ikke i høj grad i app'en. Gennem indsamlingen af alibier forekommer der informationer omkring proceslaget, og kernekulturen, og herved knytter læsningen af dette sig til målet med interaktionen. Derved skal teksten læses for at målet kan nås. Disse informationer vil kunne benyttes af brugerne til at skabe forståelse for det manifeste kulturlag.

Proceslaget er yderligere det lag, hvori brugeren handler som den, der skal afsløre spionen. Dette lag er skabt af rammerne for opnåelsen af målet og brugernes handlinger. Herigennem vil brugeren få erfaringer, som pga. rammen vil være i den historiske kultur. Hvis dette sker, vil brugeren have gennemgået samme problemstilling, som der kunne have været i den historiske kultur, og dermed vil der være skabt et overlap mellem forståelseshorisonter. Uden rammen vil der stadig være erfaringer, men kun som en del af brugerens egen kultur.

Natteløbet

I natteløbet var det manifeste kulturlag selve den fysiske verden. Derfor var vi en del af kulturen og handlede selve i proceslaget samt observerede dette. Uden den forudgående viden om temaet havde dette måske ikke haft anden betydning end blot at være et natteløb i ens egen tid. Med viden om temaet blev man en del af proces og dermed en lille del af kulturen. Det skal bemærkes, at oplevelsespotentialiet ikke vil være opfyldt, blot fordi dette krav er opfyldt.

11. Oplevelsesdesignet skal skabe en virtuel historisk kultur

Når der er tale om at opbygge en virtuel historisk kultur, er der tale om, at opbygge en kultur, hvor alle kulturlag er repræsenteret. Hvis der ses på den forudgående beskrivelse, så vil det manifeste kulturlag kunne vises gennem billeder, video og tekst, og der vil kunne fortælles om det gennem tekst (eller lyd). Ses der på kernekulturen, så kan der gives informationer om denne via tekst, lyd eller film. Proceslaget kan ligeledes vises gennem film, billeder, tekst og lyd, men kan også opbygges i kulturen gennem rammesætning af brugernes handlinger, eller som en form for levendegørelse. Som det er beskrevet i det forudgående, så har alle tre apps en historisk kultur. Det er dog kun KKS, som herudover og herudfra lader brugeren handle som en del af proceslaget.

12. Oplevelsesdesignet skal have lokationsbestemte triggere til en virtuel verden, som brugeren skal handle for at udløse

Både DTOL og KKS har triggere i den fysiske verden, som leder til indhold, hvis de bliver udløst. Begge apps forudsætter derved en handling ved brugeren, før en begivenhed kan finde sted, eller et mål kan opnås (KKS). DTOL har mange triggers, og det er op til brugeren selv at vælge, hvilke denne skal udløse i hvilken rækkefølge og hvornår. Der er, som før omtalt, ikke noget opsat mål med dette. KKS har derimod et bestemt antal triggers, og brugeren skal have været ved dem alle, for at målet kan nås. KSSs triggers bliver dermed ud over indholdet en del af opgaven for at nå målet. Grundet det begrænsede udvalg, og de opsatte rammer, kan KSS påvirke brugerens handlinger. Samtidig kan de påvirke brugerens sansninger gennem disse handlinger, idet de ved, at brugeren skal alle steder hen, og de skaber aspekter i den fysiske verden, som vil kunne give bestemte sansninger, for at brugeren kan komme derhen. Med brug af triggers, og en samtidig bearbejdning af den fysiske verden, vil man altså i høj grad kunne påvirke brugerens sansninger og skabe forudsætninger for en oplevelse ved brugeren.

13. Gennem interaktion med oplevelsesdesignet skal brugerens handlinger i den fysiske verden være enten selve begivenheden eller lede op til begivenheden

Dette krav ses blandt andet i forlængelse af triggers. I ÅMØ er det ikke nødvendigt, at brugeren foretager handlinger i den fysiske verden. I DTOL foretager brugeren handlinger ved at befinde sig på forskellige, selvudvalgte, lokationer i den fysiske verden, og handlingen kan dermed ses som det at bevæge sig hen til disse lokationer. Når brugeren først befinder sig på disse lokationer, er det dog i den virtuelle verden, at begivenheden og indholdet foregår.

Med KKS går brugeren rundt i bunkeren og handler i proceslaget i den historiske kultur. Selv om brugeren derved har en rolle, så er det ikke handlingerne, der er i begivenheden, men disse leder op til at opnå målet at finde spionen i det virtuelle. Er brugeren i flow, vil handlingen dog føles som vigtig i sig selv, jf. beskrivelsen af flow som autotelisk.

I natteløbet er handlingerne den vigtigste begivenhed. Der er dog ingen triggers til en virtuel verden heri, idet der ikke eksisterer en virtuel verden omkring natteløbet.

14. Oplevelsesdesignet skal skabe vanebrud for brugeren

Gennem brugerens interaktion med ÅMØ vil der sandsynligvis ikke forekomme vanebrud ved brugeren, hverken i form af nye sansninger eller tvungne nye handlinger. De sansninger der vil kunne komme binder sig til synssansen, og høresansen, og da informationen er på tekst, billede og lyd ville det kun være fx stærke billeder, som kunne vække en sansning.

Hvor er oplevelsespotentialet?

DTOL har muligheden for at skabe nye sansninger og handlinger ved brugeren, idet brugeren kan opsøge lokationer for at benytte app'en. Dermed kan app'en lede brugeren til steder, hvor denne ikke har været før. Da der ikke er noget mål med hverken app eller brugerens handlinger, så har DTOL dog ingen indflydelse på, om dette sker eller ej. Dog ved jeg ikke, om skaberne bag DTOL vælger at promovere visse lokationer udenfor app'en, så brugeren besøger disse lokationer.

KKS har samme muligheder som DTOL, idet brugerne kan ende med at se lokationer i bunkeren, som denne ikke har set før. Grundet de faste lokationer, vil KKS kunne påvirke de sansepåvirkninger brugeren får, som vil føre til emotioner og handler. Herudover kan KKS, via de opsatte rammer, skabe en tvungen handling for brugeren, og derved påvirke dennes handlinger på det vanebaserede niveau og heri skabe et vanebrud, som brugeren kan reflektere over efterfølgende.

Natteløbet havde som KKS en fastsat ramme, og dermed kunne vores sansninger påvirkes af rammesætningen, som fx indebar at vi alle skulle være i en vogn, og der skulle gå folk rundt udenfor vognen. De kunne også indsætte fx bestemte lyde. Der var altså på det fysiologiske plan tale om mange forskellige nye sansninger som skabte nye emotioner. Herudover kunne handlingerne i sig selv påvirkes grundet rammesætningen.

Overordnet set vurderer jeg, at hvis rammerne for brugerens handlinger og interaktion er klare, så vil man kunne påvirke brugerens oplevelse i langt højere grad, end hvis der ikke er rammer. Dermed vil man også kunne påvirke udnyttelsen af oplevelsespotentialet.

15. Oplevelsesdesignet skal lade brugeren reflektere over oplevelsen (uden denne bruger handler)

Refleksionen ligger sig til dialogen mellem brugerens forståelseshorisont og den historiske kulturs forståelseshorisont. I ÅMØ kan brugeren reflektere, mens denne hører eller ser informationerne i app'en, idet disse ikke skal handle. Dermed kan der foregå en løbende dialog og sammensmeltning af forståelseshorisonter, hvis brugeren læser eller hører informationen. Idet begivenheden i DTOL ligeledes foregår virtuelt, og ikke forudsætter handling, så vil brugeren også her kunne reflektere over informationerne løbende.

I KKS handler brugeren og kan derfor ikke reflektere over handlingen, mens den foregår. Dog opstår der refleksionsrum i det virtuelle, hvor brugeren grundet de opsatte rammer, *skal* tænke over, hvilke personer, der skal have hvilke alibier, ud fra de informationer de får. Der findes dog ikke nogen refleksion efter begivenheden i app'en. Der bliver dog ikke sat fokus på fx brugerens sansninger i denne refleksion og det kan, grundet den manglende ramme, ikke med sikkerhed

siges om refleksionen vil skabe en mere meningsfuld forståelse for den historiske kultur.

Natteløbet gav tid til refleksion, idet vi handlede og var kastet ud i situationen gennem hele natteløbet. Efterfølgende fik vi dog kakao og sad sammen, før vi gik i seng, og her var der tid til egen refleksion over natteløbet samt til at tale om dette med de andre, hvorved delene i oplevelsen blev os bevidst.

Refleksionen kan altså være omkring de forskellige sansninger, emotioner og handlinger i oplevelsen. Er denne situeret i den historiske kultur, vurderer jeg, at der også vil kunne være refleksioner heromkring, hvilket vil kunne føre til en meningsfuld forståelse herfor.

Hvor er oplevelsespotentialet

Efter at have gennemgået alle opstillede krav, kan jeg nu vurdere, hvorvidt de forskellige apps har et oplevelsespotential. Derudover kan jeg via kravene vurdere, hvilket potential de forskellige apps har, selv hvis dette ikke er et direkte oplevelsespotential. Jeg vil yderligere med inddragelse af natteløbet kunne vurdere, hvor oplevelsespotential (eller blot potential) består, i forhold til den digitale kulturformidling via apps, sat op mod et event i den fysiske verden som begivenhed.

Åbning mod øst – digitale guides

Åbning mod øst samt andre apps i samme kategori, vil ikke have et oplevelsespotential, hvilket tydelig ses på de manglende kryds i 'opfyldt' for app'en. Dette skyldes mange aspekter, blandt andet i høj grad det manglende mål, og heraf manglende rammesætning med interaktionen af app'en.

Museums Østjylland App, og andre apps i samme kategori, har den mulighed, at de kan give store mængder af information til brugeren omkring en historisk kultur, både i forhold til det manifeste lag, proceslaget og kernekulturen. Her er der altså allerede foretaget en analyse af kulturen, og denne præsenteres for brugeren, som kan vælge at læse samt se billeder og video heromkring. Dog er det ikke brugerens egne erfaringer med kulturen som forekommer, men i stedet en dialog med en, mulig, fremmed historisk kultur, som kan føre til, at denne bliver meningsfuld for brugeren. Jeg vurderer, at apps i denne kategori henvender sig til en bestemt målgruppe, som ønsker at læse teksten, og se billeder og video, og ikke behøver yderligere information for dette. Den henvender sig altså til brugere, der søger viden. Der er ikke noget egentlig mål med interaktionen, og derfor er det op til brugerens selv at vurdere, hvornår denne har fået tilstrækkelig information. Gennem disse apps kan museer altså ikke være sikre på, at informationen gives til brugerne. Det vender tilbage til en undren over, om noget kan kaldes formidling, hvis det der formidles om ikke bliver meningsfuldt for brugeren. Derved har disse apps reelt set ikke et potential, der går ud over det museet i forvejen har. De har bare mere af det

Hvor er oplevelsespotentialet?

samme. Brugere vil kunne få en meningsfuld forståelse af den historiske kultur. Men kun hvis de læser teksten. Oplevelsen finder ikke sted.

Digitale tråde over landskabet – lokationsbaserede apps

Digitale tråde over landskabet, samt andre apps i samme kategori, vurderer jeg ligeledes er uden et oplevelsespotential. Dette skyldes, som det er tilfældet med de digitale guides, især det manglende mål og manglende rammesætning og blandt andet deraf den manglende oplevelse ved brugeren i interaktionen med app'en.

App'en har muligheden for at påvirke brugerens oplevelse, idet der opsættes rammer for brugerens handlinger og dermed for stedet, hvor brugeren befinder sig. Disse rammer er dog brede, og uden mål for handlingerne, og derfor mistes app'ens mulighed for en bestemt påvirkning. App'en kan være rammesætningen for oplevelsen, men det vil være grundet tilfældigheder nærmere end oplevelsesdesignet. Frem for at have et mål med interaktionen, så synes målet i højere grad at være selve interaktionen. Dermed bliver det teknologien, der er det vigtigste frem for både kulturformidling og oplevelse.

Koldkrigsspionen – opgavebaserede apps

Koldkrigsspionen opfylder stort set alle de opstillede krav, og jeg vurderer, at denne app har et oplevelsespotential. Dog er der aspekter i de ikke-opfyldte krav, eller de i mindre grad opfyldte krav, som kan medføre, at oplevelsespotentialet ikke udnyttes. Dette skyldes blandt andet, at den historiske ramme i selve app'en muligvis ikke står helt klar for alle brugere. Derved vil brugere handle i deres egen kultur og få en oplevelse her, men ikke nødvendigvis få en meningsfuld forståelse for den historiske kultur. Sker dette ikke, er oplevelsespotentialet ikke opfyldt.

De opgavebaserede apps vil altså give brugeren en oplevelse, og de vil indeholde mulighed for flow og dermed motivation for oplevelsen og engagement i oplevelsen. Derudover handler brugeren i en ramme, som er den historiske kultur. Der er øjensynligt en fare for, at de opgavebaserede apps med deres skabelse af oplevelser, mister fokus på den historiske kultur, eller at brugeren mister denne, hvorved selve kulturformidlingen sættes i baggrunden og måske ikke er synlig.

Natteløbet – app vs. den fysiske event

Natteløbet opfylder, udover de aspekter som knytter sig til det virtuelle, stort set alle krav for opfyldelse af oplevelsespotential. Hermed kan potentialet i den digitale kulturformidling via apps vurderes.

Med hensyn til den fysiske event, så vurderer jeg, at den ikke kan erstattes af brugen af apps. Der er for mange aspekter i den fysiske event, som medfører, at en bruger vil få en helhedsoplevelse her, som vil være større end den, der fås gennem app'en. Blandt andet er natteløbet udelukkende handling, og uden app'en handler brugeren reelt i den historiske kultur, uden app'en til at minde en om, at

det ikke er virkeligt. Barriererne mellem den historiske kultur, og brugerens egen, kan altså nedbrydes fuldstændigt. Med en app opstår et paradoks, idet app'en forsøger at nedbryde denne barriere, som den dog i sig selv er med til at opsætte.

Selv om jeg mener, at brugen af apps ikke kan erstatte en fysisk event, så mener jeg dog, at den kan afløse den. Derudover findes der en række positive aspekter i brugen af apps, som ikke finder sted i den fysiske event. Disse positive aspekter kan både ses fra museets synspunkt og fra brugeren.

Fra museets synspunkt vurderer jeg, at et positivt aspekt er, at disse ikke skal lave en event for at udnytte oplevelsespotentialt. Brugere kan benytte app'en, når de vil, og det er app'en i sig selv, der sætter rammerne. App'en kan sætte hele rammen, men jeg vurderer, at den bedste løsning vil forekomme, hvis app og museum hører sammen, og museet derved også er med til at opsætte disse rammer. En app vil aldrig være nok i sig selv – den fysiske verden må også inddrages.

Fra brugerens side vurderer jeg ligeledes, at det vil være positivt, at app'en kan tilgås, når brugeren har tid, og ikke kun indenfor en bestemt periode. Derudover vil brugeren via app'en hele tiden have mulighed for at tilegne sig færdigheder, der er nødvendige og dermed have kontrol over situationen¹¹. Derudover kan der gennem app'en løbende gives informationer til brugeren, som løbende vil kunne skabe en dialog mellem brugerens forståelseshorisont, og den historiske kulturs, som vil kunne lede til en meningsfuld forståelse for den historiske kultur.

Krav til oplevelsesdesign som analyseredskab

Selv om nogle krav til oplevelsesdesignet knytter sig til oplevelsen, andre til kulturformidlingen, digtalt via apps og flow, så må de forstås som en samlet række krav, for at oplevelsespotentialt er udfyldt. Nogle krav er dog mere essentielle end andre og fx krav nr. 7, 'Udfordringerne i oplevelsesdesignet skal kunne løses i forskellige sværhedsgrader' er det ikke nødvendigt at opfylde, hvis brugeren kun skal benytte app'en en enkelt gang. Kravene som analyseredskab kan fortælle omkring de forskellige apps og både udnyttelsen af oplevelsespotentialt, eller mangel på samme, og præcis hvor det eventuelt manglende skal findes. Derudover kan man ud fra kravene vurdere, hvilket potentialt en app har, hvis det ikke skulle være et oplevelsespotentialt.

Grundet dette vurderer jeg, at kravene kan bruges som designredskab til en app, idet man kan vurdere, hvilke aspekter der mangler, og herudfra kunne skabe elementer i app'en, som vil medføre, at alle krav opfyldes og oplevelsespotentialt udnyttes. Jeg vil nu undersøge, hvordan kravene fungerer som designredskab.

¹¹ OBS se i krav nr 6, hvordan det beskrives, at det kun skal være de nødvendige færdigheder der tilegnes

Hvor er oplevelsespotentialt?

App'en Museets Mysterier

App'ens udgangspunkt er mit 8. semestersprojekt "En detektivkulturformidlingsfortælling" som omhandler et oplevelseskoncept skabt til den førromtalte gård Dorf Møllegård. I dette projekt skabte jeg på baggrund af observationer, analyser, idegenerering, konceptudvikling og tests et produkt, som henvendte sig til 9-13-årige og satte disse i en rolle som detektiver, som blev sendt på jagt efter tyven, der havde taget en halskæde. Oprindeligt bestod produktet af disse elementer.

- Seks udvalgte steder på gården (cafe, køkken, bagekælder, vindmølle, vandmølle, skoven)
- Afspiller med seks indlagte fortællinger - en til hvert sted. Skilte på stederne viste, hvilken fortælling brugeren skulle afspille på stedet.
- Seks personer – hvor en person, Anna, er gennemgående, og høres i cafeen. De fem andre personer er knyttet til hvert sit sted.
- Spor placeret fem forskellige steder på gården (køkkenet i stuehuset, bagekælderen, vindmøllen og vandmøllen)
- Skilte hvert sted, som fortalte, at her skulle ledes efter spor
- Brugerens eget kamera eller mobil til at tage billeder af alt, de mente var spor
- Detektivtest på papir, hvor brugerne skulle gætte, hvem der havde taget halskæden og skrive spor, der viste, at dette var den rigtige.

Museerne i Brønderslev Kommune kom i efteråret 2012 med i et projekt støttet af DR og Kulturarv Nord og med i alt 10 museer, både kunstmuseer og kulturhistoriske museer. Museerne blev tilbudt en standart-app til eget indhold og indholdsproduktion og med tilpasninger til hvert museum. I den forbindelse valgte Museerne i Brønderslev Kommune, at de ville lave mit semesterprojekt til en app, og jeg er blevet ansat som indholdsproducent, konceptudvikler og projektleder. Denne proces er ikke afsluttet på nuværende tidspunkt. I processen er der mange stakeholders, som alle stiller krav til produktet. For at konceptet skal kunne passe til en standart-app og de forskellige krav fra stakeholders, har jeg tilpasset dette.¹²

¹² Forløbet er beskrevet i Bilag 2a, Dagbog for projektarbejde på Museerne i Brønderslev Kommune.

Hvor er oplevelsespotentialiet?

Idet Museets Mysterier endnu ikke er færdigudviklet, kan designs videreudvikles ud fra de opstillede krav for at sikre at oplevelsespotentialiet bliver udnyttet.

Beskrivelse af Museets Mysterier

Overordnet består den endelige app af mange af de samme elementer samt nogle nye, som følge af mulighederne, som den nye teknologi indeholder. Museets Mysterier og mysteriet heri: 'Mysteriet om den forsvundne halskæde' foregår på Dorf Møllegård og indeholder følgende elementer. Opsætning af app'en Museets Mysterier ses på Billede 11.

- Seks udvalgte steder på gården (cafe, køkken, bagekælder, vindmølle, vandmølle, skov)



Billede 5 Billeder af de seks udvalgte steder på Dorf Møllegård

- Seks karakterer, hvor fem er knyttet til hvert deres sted og en person, Anna, er gennemgående.



Billede 6 De forskellige figurerer i Museets Mysterier. De er kun de første to, som er de endelige billeder. Resten er blot eksempler på, hvordan de kunne se ud. Fra venstre er det: cirkusartisten Ferdinand, mølleren Jørgen, tjenestepigen Anna, sønnen Jørgen, køkkenpigen Karen og husmoderen Mie

- Seks indspillede fortællinger, en med Anna og fem hvor Anna taler med hver af de fem karakterer. Fortællinger og karaktererne knytter sig til hvert deres sted
- Skilte på hvert sted, som viser et billede af karakteren på stedet og dermed indikerer, hvilken fortælling, der skal afspilles her. Derudover viser skiltet, at der kan ledes efter spor på stedet.
- 25 spor fordelt ud på fem af stederne samt billede og tekst omkring hvert spor på app'en. Heraf findes 5 "rigtige" spor, som er placeret på stederne og kan lede til løsning af gåden.



Billede 7 Billeder til app'en af de spor, som jeg har indsat

Hvor er oplevelsespotentialer?

- QR-kode til hvert spor, der leder til det givne spors side i app'en (med tekst og billede)
- Mulighed for, at favoritmarkere spor, så de derved gemmes på app'en



Billede 8 Billede 3c.1. Viser hvordan spor kan favoritmarkeres (via stjernen) af brugeren

- Detektivtest på papir, hvor brugerne skal gætte, hvem der har taget halskæden og skrive spor, der viste, at dette var den rigtige

Flowcharts for app'en kan ses i Billede 12 og Billede 13. Forsiden til Museets Mysterier er denne:



Billede 9 Forside til Museets Mysterier

For at beskrive de muligheder der er i app'en og for at kunne vurdere disse i forhold til oplevelsesdesignet, vil jeg nu gennemgå hvert punkt og beskrive indholdet og mulighederne i app'en. Den nederste linje kan ses som en menulinje og er synlig til alle tider i app'en.

Vejledning til Museets Mysterier

Vejledningen består af en introduktionsvideo, som skal forklare processen bag Museets Mysterier og hvordan de forskellige aktiviteter fungerer.

Mysterier

App'en er bygget op efter mysteriet 'Den forsvundne halskæde'. Tanken er, at der hvert år skal være nye mysterier efter samme opbygning og samme metoder, så app'en derved hele tiden kan udbygges og indeholde både nye og ældre mysterier. Under 'Mysterier' kan brugeren høre alle seks fortællinger i "Mysteriet om den forsvundne halskæde", som fungerer som en slags audioguides og kan således ved senere mysterier også høre fortællingerne, der hører under disse. Dette illustreres på 1b og 1c i flowchart 1. Dette er et skrevet eksempel fra fortællingen fra Vindmøllen:

Anna: jeg kommer for at spørge om du har set en halskæde?

Jørgen: Nej. Nej. Hvad skulle jeg da med sådan en?

Anna: det ved jeg ikke. Give den til nogen måske? Hvorfor kører vindmøllen så stærkt i dag?

Jørgen: ja, det er fordi vinden er perfekt. Vi har drejet møllehatten efter vinden, så den rigtig kan få fart på.

Anna: hvad er en møllehat?

Jørgen: det er den vingerne sidder fast på. Hele toppen af vindmøllen kan drejes. (Bilag 7, fortællinger)

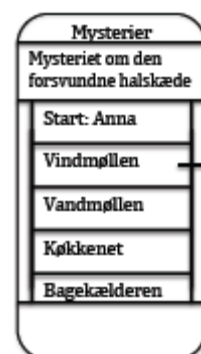
Trykker brugeren på billedet af Vindmøllen vil denne komme til en side, hvor stedet 'Vindmøllen' er omdrejningspunktet. I det hele taget er stederne på gården centrale for app'en, som derfor går ud fra kortet.

Kort

Trykker brugeren på kortet vil den komme til et kort over området, som i dette tilfælde er Dorf Møllegård. Her er det muligt for brugeren, at vælge et mysterium og til hvert mysterium hører en række steder. Vælges 'Den forsvundne halskæde' vil de seks steder: Vindmøllen, vandmøllen, skoven, køkkenet, bagekælderen og cafeen komme frem. Under kortet vil man kunne se billeder af hvert sted i de mysterium, der er valgt. Herfra vil det igen være muligt, at trykke sig ind på stederne.

Sted

På hvert sted findes information om steder, billede af stedet, information om en person knyttet til stedet, billede af personen på stedet, samt fortællingen til dette sted. Derudover brugeren gå tilbage og se, hvor dette sted er på kortet.



Billede 10 Billede 1.1 fra opbygning. Lydfiler fra "Mysteriet om den forsvundne halskæde" kan ses under 'Mysterier'. Fra Bilag 9

Hvor er oplevelsespotentialt?

Søg i arkiv

I arkivet findes alt indhold og her er der således informationer om stedet, om personerne og det er muligt at se sporene. Dog er det kun muligt, at se de spor, som brugeren har favoritmarkeret og derved skal sporene scannes med app'en og herefter markeres, før de kan ses på app'en. Det er yderligere muligt, at se de indsamlede spor ved at trykke på fodspor-ikonet længst til højre i menulinjen, se Billede 5.

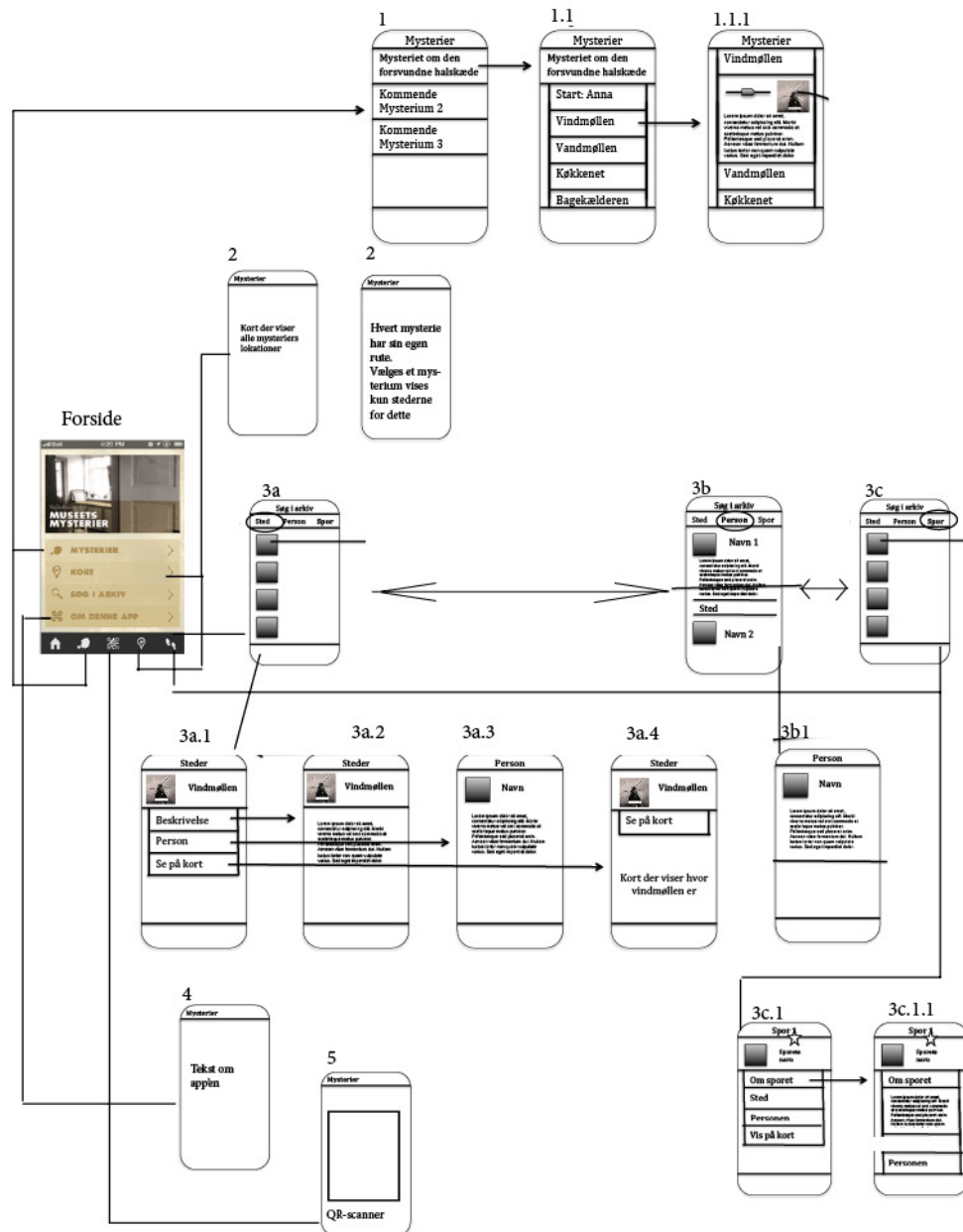
Om denne app

Om denne app er ren tekst, som forklarer om app'en, om museet og også er tænkt som en kort skriftlig vejledning til app'en funktioner.

QR-scanner

QR-scanneren er ikonet i midten af menulinjen, se Billede 5. På hvert sted er der anbragt en række QR-koder ved en række genstande. Der er blevet taget billeder af hver genstand og disse billeder er blevet gamilificeret af grafikerne, se Billede 3. Der er ligeledes skrevet en tekst af en ansat på museet til hver genstand. Når en QR-kode scannes, vil genstand med billede og tekst fremkomme på app'en. Brugeren kan favoritmarkere disse, hvorved de gemmes og kan ses til alle tider på app'en.

For at undersøge de opsatte krav til et oplevelsesdesign i forhold til min egen designproces, vil jeg nu vurdere opfyldningen af kravene i Museets Mysterier og herudfra vurdere, hvordan Museets Mysterier kan udvides for at opfylde kravene, eller opfylde kravene i højere grad end det er tilfældet med det nuværende oplevelsesdesign. Herudfra vil jeg også kunne vurdere, hvilken effekt forskellige krav fra stakeholders har haft på udfyldelsen af oplevelsespotentialt.

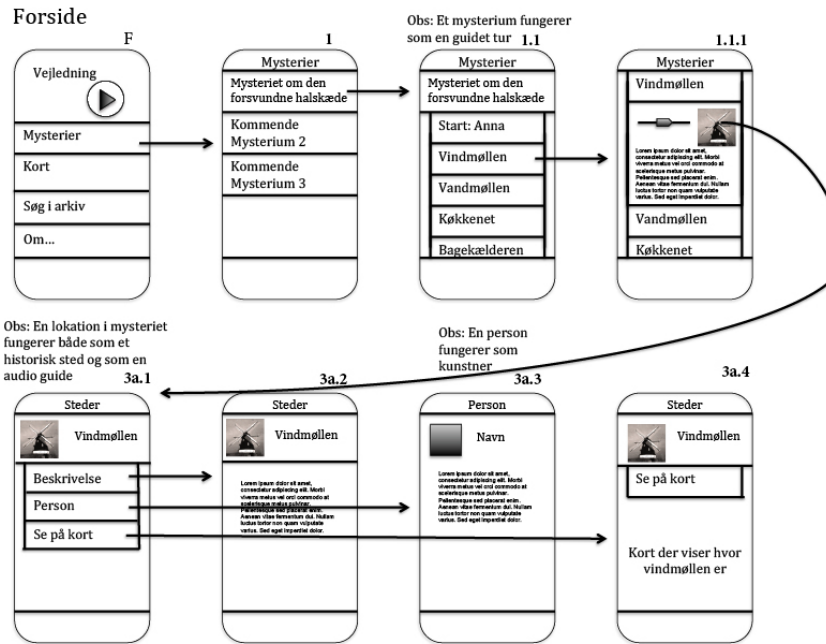


Billede 11 Opsætning af Museets Mysterier

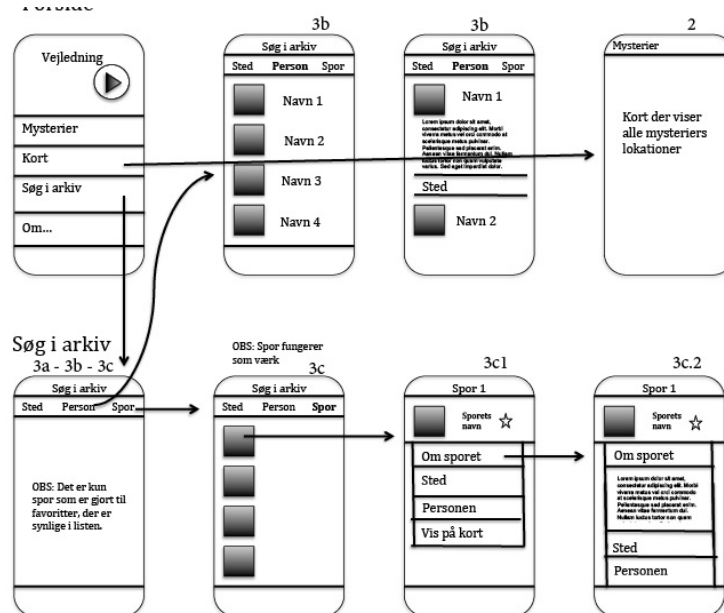
Flowcharts

De to flowcharts, som ses på Billede 12 og Billede 13, viser og beskriver, hvordan brugeren kan interagere med app'n Museets Mysterier.

Billede 12 Flowchart side 1 for Museets Mysterier. Fra forsiden (F) er det muligt, at gå til Mysterier (1). Her kan indsættes flere forskellige mysterier. Til hvert mysterium hører der en række audioguides, der hver er knyttet til et sted (1.1). Trykkes der på det enkelte sted er det muligt at høre audioguiden, se et billede af stedet, samt personen på stedet og læse en lille tekst (1.1.1). Trykkes der på billedet af stedet ledes brugeren til en beskrivelse af dette sted (3a.1). Herfra er det muligt at læse om stedet, personen eller se stedet på kortet (3a.2; 3a.3; 3a.4).



Billede 13 Flowchart side 2 for Museets Mysterier. Fra forsiden kan brugeren gå til kortet (2). Her kan brugeren vælge mellem forskellige mysterier hvorefter de steder, der hører til dette mysterium kommer frem på kortet. I 'Søg i arkiv' (3a, 3b, 3c) kan brugeren se steder og læse om disse, se personer og læse om disse og læse om spor (3c1 + 3c2). Sporene er kun synlige, hvis QR-koden for sporet scannes. Herefter kan sporet gemmes via stjernemarkøren.



Krav som designredskab

Som designer vil jeg nu se på de opstillede krav og vurdere, hvad der i kravene har medført, at oplevelsespotentialet er opfyldt, og hvad der har, eller kunne have, gjort det svært at opfylde dette oplevelsespotential. Derudover vil jeg benytte kravene til at vurdere, hvordan designet vil kunne ændres, så det i højere grad opfylder de opsatte krav, og hvilke krav fra fx softwarefirmaet har medført hvilke ændringer i udnyttelsen af oplevelsespotential.

	Museets Mysterier	
	Opfyldt	Ikke opfyldt
Der skal være et mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet	X	
Målet med interaktionen med oplevelsesdesignet skal være tydeligt for brugeren	X	
Brugeren skal have feedback omkring opnåelsen af dette mål	x	
Feedback og mål skal passe sammen i styrke		X
Oplevelsesdesignets mål og udfordringer for at opnå målet skal tage udgangspunkt i brugerens færdigheder	X	
Oplevelsesdesignet skal indeholde en hjælpefunktion, hvor brugeren kan tilegne sig de nødvendige færdigheder	X	
Udfordringerne i oplevelsesdesignet skal kunne løses i forskellige sværhedsgrader		X
Den historiske kultur som ramme for interaktionen med oplevelsesdesignet skal være klar for brugeren	X	
Oplevelsesdesignet skal lade brugeren handle aktivt i proceslaget for den historiske kultur	X	
Oplevelsesdesignet skal løbende i begivenheden give brugeren en forhåndenværende forståelse for den historiske kultur	X	
- Gennem informationer om og/eller visninger af det manifeste kulturlag	X	
- Gennem informationer om og/eller visninger af proceslaget	X	
- Gennem informationer om kernekulturen	X	
Oplevelsesdesignet skal skabe en virtuel historisk kultur	X	

Hvor er oplevelsespotentialer?

Oplevelsesdesignet skal have lokationsbestemte triggere til en virtuel verden, som brugeren skal handle for at udløse	X	
Gennem interaktion med oplevelsesdesignet skal brugerens handlinger i den fysiske verden være enten selve begivenheden, eller lede op til begivenheden	X	
Oplevelsesdesignet skal skabe sansninger for brugeren, der skaber ubehag, velbehag eller nydelse	(X)	
Oplevelsesdesignet skal skabe vanebrud for brugeren	X	
- Gennem uvante sansninger	X	
- Gennem rammesætning for uvante handlinger	X	
Oplevelsesdesignet skal lade brugeren reflektere over oplevelsen (uden brugeren handler)	X	
- Under begivenheden	X	
- Efter begivenheden	X	

1. Der skal være et mål med brugerens interaktion med oplevelsesdesignet

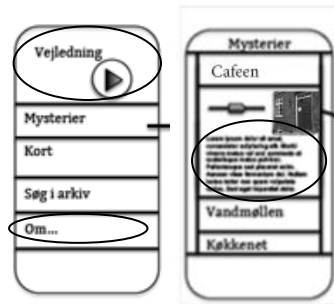
Som designer på Museets Mysterier er det mig, som har formuleret og arbejdet efter målet med brugerens interaktion. Målet med interaktionen er, at brugeren skal løse detektivtesten og finde ud af, hvem der har taget den forsvundne halskæde på Dorf Møllegård.

I dette mål er der også sat rammer op for brugerens handlinger. Disse skal:

- Finde de seks forskellige steder på kortet og gå dertil
- Høre de seks fortæller – et på hvert sted
- Scanne QR-koder på hvert sted
- Læse om sporerne og favoritmarkere vigtige spor
- Løse detektivgåden cafeen efterfølgende

2. Målet med interaktionen med oplevelsesdesignet skal være tydeligt for brugeren

Målet med interaktionen er i første omgang udelukkende tænkt forklaret eksplicit i app'ens vejledningsvideo. Dermed kan brugerne hurtigt, og på flere forskellige måder, se målet med interaktionen. Der sættes dog en lang række rammer for brugerens handlinger, og det er kun i vejledningsvideoen, at det er muligt at knytte information til billeder. Derfor kan jeg være nervøs for, om målet og rammerne for opnåelse heraf vil blive forstået af brugerne. Ud fra de opstillede krav, vurderer jeg derfor, at det skal være muligt for brugeren at se målet andre steder derfor vil jeg placere tekst, der præsenterer målet og rammerne for handlinger både i beskrivelsen 'Om denne app' og i teksten ved Annas fortælling.



Billede 14 De to placeringer, hvor jeg mener, at det bør være tydeligt hvad målet er: film under vejledning, ved Annas fortælling ved cafeen og under 'Om denne app'

3. Brugeren skal have feedback omkring opnåelsen af dette mål

Der kommer løbende feedback til brugerne grundet de opsatte rammer. Herved er der 6 'poster' som brugeren skal nå, og hvor denne skal udføre bestemte handlinger før de kan gætte, hvem tyven er. Hver gang de har været på et af stederne, vil de være tættere på opnåelsen af målet. Til sidst vil brugerne udfylde en detektivtest, og i denne vil brugeren kunne gætte tyven. Detektivtesten var også en del af det oprindelige koncept, men ud fra disse krav må feedbacktiden på denne detektivtest, og dermed målet, ændres.

4. Feedback og mål skal passe sammen i styrke

Den oprindelige ide omkring feedbacken var, at brugerne først skulle kende til tyven efter hver sæson. Derved kunne svaret ikke siges videre til andre. I arbejdet med Museets Mysterier har jeg ikke vurderet, hvordan svaret skal præsenteres og er først blevet opmærksom på dette igen, efter skabelsen af disse krav. Jeg vurderer, at målet ikke er stærkt nok til, at svaret først bliver præsenteret efter hver sæson. I stedet mener jeg, at svaret må gives til brugeren før denne forlader museet. Dette kunne være gennem de ansatte, som kunne fortælle om svaret var rigtigt eller forkert. Jeg mener dog, at det kunne være ønskværdigt, hvis svaret kunne ses på app'en. Dette kræver, at brugeren via valg kan interagere med app'en og påvirke denne, og dette kan udelukkende finde sted via QR-koder og spor, der kan favoritmarkeres. Derfor vælger jeg en løsning, hvor dette benyttes. Her skal brugeren, efter at have udfyldt detektivtesten, scanne den af de fem mistænkte, som denne tror, har taget halskæden, og herved fremkommer svaret på, om dette er rigtigt eller forkert, og dette kan gemmes på app'en sammen med de gemte spor. Det vil dog stadig være de ansatte som skal give brugeren mulighed for at scanne disse QR-koder, så de først kan scannes til sidst.

Hvor er oplevelsespotentialiet?



Billede 15 Dette billede kan vises til brugerne. Det vil give hurtigt feedback i forhold til om brugeren har gættet rigtigt

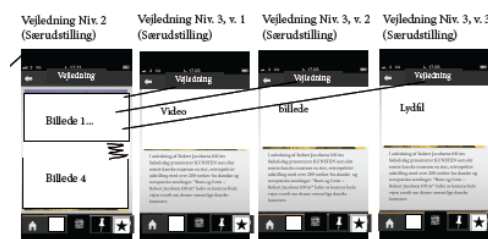
5. Oplevelsesdesignets mål og udfordringer for at opnå målet skal tage udgangspunkt i brugerens færdigheder

For at vurdere dette må jeg tage stilling til app'ens målgruppe. I dette tilfælde er app'en i udgangspunktet skabt til børn og skoleklasser fra 9-13 år. Disse kender sandsynligvis til smartphones og brugen af disse. Rammesætningen for brugerens handlinger, både i den fysiske verden, og i den virtuelle, bør dog forklares. Jeg vurderer, at denne målgruppe ikke kender til den historiske kultur, og derfor er tekster, lyd og billeder (som er de tre medieformer, der findes i smartphonen) blevet tilpasset, så det forudsættes, at brugeren ikke kender til den historiske kultur. Dette ses fx i følgende tekst:

Gassen var dyr, og derfor var det dyrt, at have et gaskomfur. Derfor fik maden lov til at tilberede sig til selv på eftervarme i en høkasse. Når man havde mad, som havde en lang tilberedningstid, så varmede man maden, på komfuret til det kogte og satte gryden ned i høkassen, som var fyldt med hø eller aviser. Høen og aviserne virkede isolerende og holdt gryden varm. Så kunne maden få lov at stå og 'høkoge' færdig nede i kassen og man sparede på gassen. (Bilag8, Tekst til spor)

6. Oplevelsesdesignet skal have en hjælpefunktion, hvor brugeren kan tilegne sig de nødvendige færdigheder

Som udgangspunkt havde app'en ikke funktioner, hvor en hjælpefunktion umiddelbart ville kunne passe ind. Mit første forslag var at lave en funktion, kaldet 'særudstilling' til en vejledning, idet denne var den eneste funktion med både billede og tekst. Her ville der derfor være billeder og tekst til hver del, som brugeren skulle igennem, og dermed kunne der kunne skabes både en skriftlig og visuel præsentation.



Billede 16 Egne flowcharts. Fra Bilag 11, Eget flowchart version 1

Det var dog ikke muligt at lave så mange særudstillinger, så denne ide måtte ændres. I stedet er det blevet aftalt at lave en video, som vil kunne vises, og tilgås, fra forsiden. Ud over videoen vil der være en plakat i cafeen, som fortæller om målet og rammerne for brugerens handlinger.

7. Udfordringerne i oplevelsesdesignet skal kunne løses i forskellige sværhedsgrader
Sværhedsgraden i denne app kan vurderes ud fra teksten, samt ud fra opfyldning af målet – at finde ud af, hvem tyven er. Derfor er der også en bestemt sværhedsgrad i forhold til de forskellige spor, og opbygningen af mysteriet. I øjeblikket findes der kun ét mysterium, og dermed kun én sværhedsgrad for brugeren. For at fremtidssikre app'en er det målet, at der skal være et nyt mysterium hvert år over samme ramme. Dette kan lade sig gøre, fordi det er i mysteriet og teksterne, at sværhedsgraden kan ændres. Man kan vælge at lave forskellige sværhedsgrader, på flere forskellige mysterier, og derved kunne henvende sig både til forskellige målgrupper, og den samme målgruppe, i takt med, at deres færdigheder vokser. I selve detektivtesten er der indlagt et element som kan medføre forskellige sværhedsgrader.

Detektivtest

Brug dine detektivevner til at løse mysteriet!

Hvem tog halskæden?

Hvilke spor viser, at denne person tog halskæden?

Sporene er i de ting, du har set og hørt på din vej rundt på gården. Brug dine indsamlede spor og find spor i fortællingerne og det personer på gården snakker med. Ansvar!

Billede 17 Detektivtest, se også Bilag 12, Detektivtest

I denne skal brugerne besvare, hvem der tog halskæden, og dette er svaret på gåden. Herudover skal de dog skrive spor, der viser, at det var denne person, der tog halskæden. Der er ikke noget krav til, hvor mange spor, brugerne skal skrive ned og her kunne sværhedsgraden ændres ved fx at skulle finde flere spor, der peger i samme retning. Det forudsætter, at der findes en række spor i mysteriet. Dette er tilfældet i 'Mysteriet om den forsvundne halskæde'. Alle fortællinger i 'Mysteriet om den forsvundne halskæde' kan læses i Bilag 7, Fortællinger samt høres i Bilag 9, Indspillede fortællinger.

8. Den historiske kultur, som ramme for interaktionen med oplevelsesdesignet, skal være klar for brugeren

Den historiske kultur som ramme er sat til Danmark år 1925 og omhandler et bondeliv her. Dette fortælles til brugeren i vejledningen, på tekst, på plakat og i den første fortælling. Alle billeder i app'en er blevet gamilificeret for at disse skal se ud, som var det billeder, der var taget i 1925. Derudover findes billeder af de seks personer. Dette samt opbygningen på Dorf Møllegård vil forhåbentlig sætte rammen for en historisk kultur.

9. Oplevelsesdesignet skal lade brugeren handle aktivt i proceslaget for den historiske kultur

Hvis den historiske ramme er meningsfuld for brugeren, så vil brugerens rolle, i den historiske kultur, være detektiv. Dermed ses denne som værende udenfor selve bondelivet i den historiske kultur. Brugere skal ud fra rammerne handle i den historiske kultur (dog med app'en som redskab) ved at; finde de forskellige steder og finde spor/QR-tags på stederne. De andre dele af rammerne for brugerens handlinger kræver ikke, at brugeren handler i den fysiske verden, men foregår i stedet virtuelt. Idet indholdet, der passer til de forskellige QR-tags, kun kan ses, hvis de scannes, er det altså nødvendigt, at brugeren handler for at opnå målet. Der har været tvivl om, om disse QR-tags kunne gøres usynlige på app'en til de blev scannet. Havde dette ikke været muligt, havde det reelt set ikke været nødvendigt for brugeren at handle.

I det oprindelige koncept var det tænkt, at brugeren skulle tage billeder af forskellige genstande på hvert sted, som de mente var spor. Havde dette været muligt, mener jeg, at de i højere grad kunne have handlet i den historiske kulturs proceslag grundet Dorf Møllegårds opbygningen. Dermed ville de blive en del af dette proceslag. Det har dog ikke været muligt at integrere et kamera i app'en.

10. Oplevelsesdesignet skal løbende i begivenheden give brugeren en forhåndenværende forståelse for den historiske kultur

Idet Dorf Møllegård er en tidslommeopbygning, og dermed warped reality, findes det manifeste kulturlag på stedet. Det manifeste kulturlag forekommer dog også på app'en, blandt andet via billeder af spor og steder. Også gennem lydfilerne findes informationer om det manifeste kulturlag. Dermed kommer disse informationer løbende underbrugernes handlinger.

Søn: Jeg ville ikke forskrække dig. Jeg kan heller ikke lide, når folk forskrækker mig. Men Anna, ved du hvad? Far siger, at der er en turbine her i vandmøllen, som får vandet til at køre rundt, og så laver den strøm op til huset. Det er den, der er dernede lige til højre for døren. Og møllen kan også male mel, den kan. Fordi herovre på den anden side, så får turbinen de to sten til at køre mod hinanden og så maser den kornet til mel. (Bilag 7, Fortællinger)

Her er der fokus på turbinen og de to sten, og lydfilen giver informationer både turbinen og de to sten. Det er dog ikke informationer, der ligger sig til proceslaget, men blot informationer om egenskaberne ved genstandene.

Der gives dog også informationer om proceslaget både via fortællingerne og tekst til spor og personer. Her er det nødvendigt for brugeren både at lytte til fortællingerne og læse teksterne for at kunne opnå målet med interaktionen.

Husmoderen: Jeg har altså ikke tid til at se efter sådan en halskæde. Vi får huset fuld af gæster i morgen. De skal sidde i begge stuer, og vi skal have dækket op og have lavet både kalvesteg og kartofler, og jeg mangler stadig at lave dessert. Ja, lige nu koger jeg suppen, og Karen bager nede i ovnen i kælderen. . Du skal også snart i gang Anna. Se dernede i gryden på komfuret... Kom nu, kig bare. (Bilag 7, Fortællinger)

Her beskrives det, hvordan husmoderen Mie arbejder med at lave suppen i en gryde på komfuret, og gæsterne skal sidde i stuerne, og derved beskrives personernes handlinger med de forskellige genstande. Proceslaget er meget tydeligt i Museets Mysterier og denne fungerer som en form for levendegørelse, idet forskellige personer præsenteres, og lydfilerne er disse personers handlinger.

Kerne-kulturen i app'en forklares gennem tekst i beskrivelserne af især sporene.

Kaffekanden er en del af stellet Madam Blå. Især Madam Blå kaffekanden, var fast inventar i det danske køkken fra slutningen af 1800-tallet til midten af 1900-tallet. Der var altid kaffe på kanden, til hvis der kom gæster forbi, for kaffe var danskernes foretrukne. (Bilag 8, Tekst til spor)

Her fortælles der en historie om, at der altid er kaffe på kanden til gæster, fordi de drak meget kaffe. Derudover må brugeren selv vurdere denne gennem proceslaget, og det manifesterede kulturlag.

11. Oplevelsesdesignet skal opbygge en virtuel historisk kultur

Gennem informationerne på de forskellige lag, skabes der en virtuel kultur i app'en. Dette ses især ved, at proceslaget og levendegørelsen foregår virtuelt. Da denne dog har selve stedet som udgangspunkt grundet det manifesterede kulturlag, så bliver det en virtuel kultur, som i højere grad er et lag på den fysiske verden, end den virtuelle i sig selv.

12. Oplevelsesdesignet skal have lokationsbestemte triggere til en virtuel verden, som brugeren skal handle for at udløse

Mange dele af app'en kan tilgås hele tiden og er derfor udelukkende virtuelle. Fortællingerne skal høres på de forskellige steder, men kan også tilgås hele tiden. Man kunne have valgt, at lade brugeren høre fortællingerne gennem triggers, men da jeg ønsker, at brugeren skal kunne høre de forskellige historier efterfølgende også, kan de tilgås hele tiden.

Sporene fungerer som triggers og den virtuelle verden (tekst og billede, samt favoritfunktion) kan kun tilgås via denne trigger, og dermed er brugeren nødt til, ikke blot at finde de forskellige steder, men også gå rundt på stederne og lede efter QR-koder, og spor, og derved kan brugernes sansninger påvirkes.

13. Gennem interaktion med oplevelsesdesignet skal brugerens handlinger i den fysiske verden være enten selve begivenheden, eller lede op til begivenheden

Idet brugerne finder de forskellige triggers handler de. Deres handlinger er dog ikke selve begivenheden, idet denne findes virtuelt på app'en i form af billeder og tekst. Havde der i stedet været et kamera, ville selve begivenheden have været brugernes handlinger i proceslaget.

Fortællingerne høres ud fra app'en, men kan knytte sig til aspekter i den virkelige verden. Hvis brugeren derved observerer verden, mens de lytter til fortællingerne, så vil det at lytte kunne betragtes som en begivenhed i den fysiske verden, hvor dette og handlingen her er begivenheden, og brugeren bliver en del af proceslaget.

14. Oplevelsesdesignet skal skabe sansninger for brugeren, der skaber ubehag, velbehag eller nydelse

Det kan være svært at vurdere, om dette krav er opfyldt, idet det vil være individuelt ved hver bruger. Dog kan jeg beskrive, hvordan forskellige aspekter kan skabe dette. Ved at brugerne går rundt til de forskellige steder, vil de komme til nye steder og vil kunne få sansninger, der kan skabe velbehag, ubehag eller nydelse. Fx vurderer jeg, ud fra tidligere undersøgelser, at det kan skabe ubehag, at brugerne skal over en faldefærdig bro, eller skulle gå ned i en kælder. Stederne og placeringen af QR-koderne er derfor valgt, så brugerne kommer rundt på gården.

Skulle dette udvides, kunne jeg lave en nærmere undersøgelse af det fysiske på gården og vurdere, hvor aspekter som fx QR-koder mv. skulle placeres for at kunne give en bestemt sansning.

15. Oplevelsesdesignet skal skabe vanebrud for brugeren

Gennem rammesætningen for handlingen og fx det at lede brugeren over en bro, eller ned i en kælder, kan medføre, at brugeren udfører handlinger, som denne ellers ikke ville have udført, eller ser steder, denne ellers ikke ville se. Dermed skabes der vanebrud gennem Museets Mysterier. Yderligere skabes vanebruddet ved at sætte rammer for handlinger, så brugeren skal se på aspekter på museet som spor, frem for "blot" genstande. På samme vis som i krav nr. 14, vil man kunne lave en undersøgelse af den fysiske verden og vurdere, hvorledes man kan skabe anderledes handlinger for brugeren.

16. Oplevelsesdesignet skal lade brugeren reflektere over oplevelsen (uden brugeren handler)

Jeg vurderer, at brugeren i Museets Mysterier reelt set har mulighed for at reflektere efter hver indsamlet spor, eftersom dette foregår virtuelt. Brugeren skal også reflektere, eftersom denne skal tage stilling til hvert spor, og om dette kan ses som et vigtigt spor eller ej. Det er dog sandsynligt, at brugeren vil betragte dette som en del af handlingen, og derfor ikke reflekterer over den historiske kultur ved dette. Efterfølgende skal brugeren udfylde detektivtesten, og dette er i sig selv planlagt som en refleksion for brugeren. Her kan flere brugere løse opgaven sammen, og tale om denne, og herved kan oplevelsen gøres kommunikerbar. I denne planlagte refleksion kan der også, ud over løsningen af mysteriet, reflekteres over selve den historiske kultur. Vil man sørge for, at den historiske kultur har en større rolle i refleksionen, så vil man kunne skabe et mysterium, som kun kan løses, hvis den historiske kultur er meningsfuld for brugeren.

Krav til oplevelsesdesignet som designredskab

Selv om Museets Mysterier udfylder en stor del af de krav, der stilles til udnyttelse af oplevelsespotentialet, så har gennemgangen alligevel bevirket, at nogle krav kan udvides yderligere, og der derved kan være større grundlag for, at oplevelsespotentialet bliver udnyttet. Derudover har gennemgangen givet mig, som designer, en forståelse for aspekter, som jeg ikke havde overvejet, og herudfra kan oplevelsesdesignet udvides med udgangspunkt i kravene.

Der er altså sandsynligvis flere grader af dette oplevelsespotential, og grundlaget for at det kan finde sted, findes i større eller mindre grad. Kravene skaber ikke i sig selv et design. Men ud fra hvert krav kan designeren vurdere, i hvor høj grad et oplevelsesdesign opfylder disse, og hvordan designet skal ændres for, at kravene er opfyldt. Designeren må dog være opmærksom på, at ændringer ikke skal gå ud over opfyldelse af andre krav, idet alle krav stadig må opfyldes, i større eller mindre grad, for at oplevelsespotentialet er opfyldt.

Hvor er oplevelsespotentialt?

Konklusion

Gennem dette speciale har jeg svaret på problemformuleringen:

Hvordan kan der ud fra oplevelsespotentialet for digital kulturformidling via apps på kulturhistoriske museer opstilles en række krav til et oplevelsesdesign og hvordan kan museerne udnytte oplevelsespotentialet ud fra disse krav?

For at besvare denne problemformuleringen har jeg arbejdet med at definere et oplevelsespotentialt i denne kontekst. Dette oplevelsespotentialt bygger på en definition af oplevelsen, samt genstanden for formidling; den historiske kultur og formidlingen af denne på museet, hvilket er betegnet som kulturformidlingen. Denne undersøgelse har vist, at oplevelser skal være sansebaserede og emotionelle erfaringer, i og med den historiske kultur, og at museet må skabe mulighed for sansninger, samt andre sanser og handlinger, end brugeren er vant til. I forhold til den historiske kultur, skal museet skabe et overlap mellem den historiske kulturs forståelseshorisont, og brugerens forståelseshorisont, og skabe en dialog herimellem for at gøre den historiske kultur meningsfuld for brugeren. Oplevelsen og kulturformidlingen har begge stillet krav til et oplevelsesdesign, med app som ramme herfor, som brugeren skal interagere med for at oplevelsespotentialt udnyttes. Jeg har vurderet, hvordan dette oplevelsespotentialt kan udnyttes med digital kulturformidling, via apps. Yderligere har jeg undersøgt, hvordan der kan skabes motivation for at interagere med oplevelsesdesignet og engagement i interaktionen hermed, for at skabe muligheden for den ønskede oplevelse ved brugeren. Begge aspekter har ligeledes opsat en række krav til oplevelsesdesignet med app'en som ramme, som ved opfyldelse af disse krav har mulighed for at udnytte oplevelsespotentialt.

Kravene kan fungere både som analyseredskab og som designredskab. Som analyseredskab kan man via kravene vurdere hvorvidt, og hvordan, oplevelsesdesignet med app'en, som rammesætning, udnytter oplevelsespotentialt, samt hvilket potentialt oplevelsesdesignet har. Som designredskab kan kravene udvide et eksisterende koncept og være retningslinje for, hvad der skal ændres, for at et oplevelsespotentialt kan udnyttes gennem digital formidling via apps på kulturhistoriske museer.

Med denne arbejdsmetode har jeg taget udgangspunkt i oplevelsen og genstanden for formidling på museet og set på dette i forhold til en bestemt teknologi; apps. Dermed har jeg ikke taget udgangspunkt i teknologien eller teknologiens muligheder, men i stedet set på oplevelsens muligheder, og hvad

Hvor er oplevelsespotentialet?

dette gør ved teknologien. På denne måde tages der udgangspunkt i brugeren og samlingen. Dette er ikke gjort som følge af en teknologiforskrækkelse, eller en mindre tro på teknologiens muligheder, men i stedet ud fra en stærk tro på selve oplevelsens potentiale med teknologien til at fremme dette potentiale. Det har vist sig, at apps ikke i sig selv kan udnytte et oplevelsespotentiale, men at også den fysiske verden må tages i brug, og der derfor må være et samspil mellem apps og den fysiske verden.

Kravene er ikke enkeltstående, men sammenhængende. De må alle være udfyldt i større, eller mindre grad, for at et oplevelsespotentiale kan betragtes som udnyttet. Dette giver mulighed for en samlet vurdering af et oplevelsespotentiale, i modsætning til en vurdering, hvor flere aspekter skal vurderes hver for sig. Igennem disse krav kan jeg sætte ord på, hvad der synes at mangle i en app, og hvilke elementer der medfører, at museet ikke med app'en som ramme udnytter det oplevelsespotentiale som ligger heri. Kravene vil ligeledes kunne gennemgå af andre, som herudfra også vil kunne vurdere et oplevelsespotentiale.

Perspektivering

De krav, som jeg er kommet frem til i besvarelsen af dette speciale, er kommet på baggrund af den valgte teori. Var jeg kommet til en anden definition på oplevelser eller kulturformidling, eller havde benyttet en anden teknologi end apps, og havde jeg ikke valgt flow ville kravene have været anderledes. Jeg mener dog, at have argumenteret for, hvorfor de forskellige teorier er valgt samt deres forhold til hinanden.

Jeg har konkluderet, at kravene kan bruges som analyseredskab og som designredskab i forhold til at udnytte oplevelsespotentialet i den digitale kulturformidling via apps på kulturhistoriske museer. Det næste skridt efter problemformuleringen vil derfor være mere detaljeret at vurdere, præcis hvordan museerne skal benytte disse krav i deres arbejde med en app. Derfor kan der opsættes en guide til museerne for, hvordan de skal gå igennem kravene og hvad de skal vide for at kunne svare på, om disse er opfyldt, eller hvordan de kan opfyldes. Dermed vil museerne ud fra de opstillede krav og guiden kunne få en manual til at finde ud af, om og hvordan oplevelsespotentialet kan udnyttes med digital kulturformidling via apps på deres museum.

Gennem specialet har jeg gjort brug af mine egne erfaringer, samt undersøgelser af brugere på Dorf Møllegård. Konceptet bag Museets Mysterier er testet, men Museets Mysterier som app er ikke. Et naturligt næste skridt ville derfor være at teste denne app for at vurdere, hvordan brugerens interaktion hermed er, samt om oplevelsespotentialet er udnyttet.

Oplevelsespotentialet indeholder en langtidseffekt, hvor brugene kan få en erfaring om og i den historiske kultur via interaktionen og kan bruge denne erfaring i andre situationer fremadrettet. Det kunne være interessant, at teste denne langtidseffekt og erfaringen hos brugerne, for herved at synliggøre oplevelsespotentialet yderligere. Dette kunne gøres ved at kontakte brugerne efterfølgende og opsætte spørgsmål, som kan medføre, at de kan genkalde oplevelsen, eller kan reflektere over denne. Det kan være svært at vurdere erfaringsgrundlaget, da den lægger sig til selve processen, oplevelsen og den enkelte bruger, og det netop er en erfaring og ikke konkret viden.

En anden interessant proces efter problemformuleringen kan være at vurdere, hvorvidt disse krav og det definerede oplevelsespotentialt og kravene hertil kan bruges i andre sammenhænge. Det sås allerede i forbindelse med natteløbet, at denne event kunne analyseres (og redesignes) ud fra de opstillede krav. Næste

Hvor er oplevelsespotentialet?

skridt kunne derfor være, at vurdere fx events, formidling i skoler, på arbejdspladsen, på kurser eller andet for at finde ud af, om/hvordan kravene kan gøres generelle for kulturformidling, hvor kultur kan være alle kulturer, som man ikke i forvejen kender til.

Derudover kan et næste skridt være at vurdere, hvordan anden teknologi vil kunne benyttes i forhold til de forskellige krav og dermed, hvad en udskiftning af apps med andet ville medføre. I den sammenhæng vil Multiverset stadig kunne benyttes, idet apps indeholder alle komponenter og derfor kan benyttes overalt. Det kunne være interessant at undersøge, hvordan andre teknologier vil kunne skabe en anden oplevelse end app'en kan og hvilken kombination af sfærer der deraf vil blive benyttet til at udnytte oplevelsespotentialet, og hvad dette vil medføre.

En anden retning, som dette speciale efterfølgende kan tage, er den oplevelsesøkonomiske. Det kunne være interessant, at undersøge, hvordan et museum med en app, der opfylder oplevelsespotentialet, kan skabe et positiv økonomisk gevinst heraf.

Litteraturliste

Baarts, C. (2010). 7. Autoetnografi. I S. Brinkmann, & L. Tanggard, *Kvalitative metoder. En grundbog* (s. 153-163). København: Hans Reitsels Forlag.

Bysted. (5. marts 2013). *Koldkrigsspionen - Københavns Befæstning*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Apple: <https://itunes.apple.com/dk/app/koldkrigsspionen-k-benhavns/id552017650?mt=8>

Cassavoy, L. (2013). *What Is a Smartphone*. Hentet d. 24. april 2013 fra about.com: http://cellphones.about.com/od/glossary/g/smart_defined.htm

Combine a. (2013). *Case: DNature*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Combine. Digital communication: <http://combine.dk/cases/dnature.aspx>

Combine. (2013). *Produktoverblik: Eyeguide*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Combine. Digital kommunikation: <http://combine.dk/produkter/eyeguide.aspx>

Csikszentmihalyi, M. (2008). *Selvets udvikling - evolution, flow og det gode samfund*. (s. 227-263) Dansk Psykologisk Forlag.

Dictionary. (2013). *App*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Dictionary: <http://dictionary.reference.com/browse/app>

Eksperimentarium. (2013). Eksperimentarium - Energiagenten.

Eksperimentarium. (2013). *Energi-agent for en dag*. Hentet d. 24. april 2013 fra Eksperimentarium: <http://www.experimentarium.dk/forsiden/undervisning/vaerksteder/vaerkstedsbeskrivelser/energi-agent-for-en-dag/>

Google. (2012). *Our Mobile Planet. Understanding the Mobile Consumer*. Ipsos OTX MediaCT.

Gullestrup, H. (2007). *Kulturanalyse - en vej til tværlulturel forståelse* (4. udgave udg.). Nørhaven Book.

Hamilton, J. G. (november 2009). Ourplace: the convergence of locative media and online participatory culture. *The Proceedings of OZCHI*, s. 393-397.

Hansen, O. E. (2007). Engagement, der skaber oplevelser - oplevleser, der engagerer. I C. Jantzen, & T. A. Rasmussen, *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug* (s. 165-181). Aalborg: Narayana Press.

Jantzen, C. (2007). Mellem nydelse og skuffelse. Et neurofysiologisk perspektiv på oplevelser. I C. Jantzen, & T. A. Rasmussen, *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug* (s. 135-163). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Hvor er oplevelsespotentialet?

Jantzen, C., & Rasmussen, T. A. (2007). Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker? I C. Jantzen, & T. A. Rasmussen, *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug* (s. 21-47). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Jantzen, C., & Vetner, M. (2007). Design for en affektiv økonomi. I C. Jantzen, & T. Rasmussen, *Oplevelsesdesign. Vinkler på forbrug* (s. 201-217). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

Jantzen, C., Vetner, M., & Bouchet, J. (2011). *Oplevelsesdesign. Tilrettelægelse af unikke oplevelseskoncepter*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Kulturministeriet a. (23. December 2012). Lov om ændring af museumsloven. København.

Kulturministeriet. (14. December 2006). Bekendtgørelse af museumsloven . København.

Kulturministeriet. (2010). *Midtvejsrapport – i udredningsarbejdet om fremtidens museumslandskab*. København: Kulturministeriet.

Kulturministeriet og Kulturarvsstyrelsen. (2011). *Udredning om fremtidens museumslandskab*. København: Kulturministeriet.

Kulturstyrelsen. (14. Januar 2013). 2. *Hvad er kulturarv*. Hentet d. 28. Marts 2013 fra Kulturstyrelsen: <http://www.kulturstyrelsen.dk/kulturarv/kommune-og-turisme/planlaegning/kom-godt-i-gang-guide/2-hvad-er-kulturarv/>

Københavns Befæstning. (2012). *Fanget i fortiden*.

Københavns Befæstning a. (2013). *Koldkrigsspionen*.

Københavns Befæstning. (2013). *Koldkrigsspionen, Ejbybunkeren*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Københavns Befæstning: <http://www.befaestningen.dk/har-du-en-mobil/koldkrigsspionen-ejbybunkeren>

Laursen, A. (24. januar 2013). *Aarhus Streetmuseum - at opleve byen gennem gamle fotos, på stedet*. Hentet d. 23. april 2013 fra <http://www.slideshare.net/annekenappel/aarhus-streetmuseum>

MMEx. (2012). *Om MMEx*. Hentet d. 25. april 2013 fra Meaning Making Experience. Center for digital museumsformidling: http://mmex.dk/?page_id=6

Museum Midtjylland. (2012). *Digitale Tråde over Landskabet*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Digitale tråde: <http://www.digitalettraade.dk/getapp/>

Museum Østjylland. (4. februar 2013). *Åbning mod øst*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Museum Østjylland: <https://www.randers.dk/FrontEnd.aspx?id=110211>

MÆRKK. (2013). *Oplevelsessamfund*. Hentet d. 29. marts 2013 fra Maerkk AAU: <http://www.maerkk.aau.dk/ressourcer/glossar/oplevelsessamfund/>

Nationalmuseet. (2013). *Øret til væggen*. Hentet d. 22. april 2013 fra Nationalmuseet: <http://natmus.dk/salg-og-ydelser/museumsfaglige-ydelser/kirker-og-kirkegaarde/kalkmalerier-i-danske-kirker/oeret-til-vaeggen/>

Norman, D. A. (2004). *Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things*. (s. 21-24). New York: Basic Books.

Pahuus, M. (2008). Hermeneutik. I F. Collin, & S. Køppe, *Humanistisk Videnskabsteori* (2. Udgave udg., s. 140-158). Skive: Nørhaven Book.

Pedersen, J. G. (11. august 2011). *Så mange danske unge har en smartphone*. Hentet d. 24. april 2013 fra mobilsiden.dk: <http://www.mobilsiden.dk/nyheder/sa-mange-danske-unge-har-en-smartphone,lid.16588/>

Pine, J., & Gilmore, J. H. (2009). *Oplevelsesøkonomien - Arbejde er teater og enhver virksomhed en scene*. Århus: Forlaget Klim.

Pine, J., & Korn, K. C. (2011). *Infinite possibilities. Creating customer value on the digital frontier*. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher.

Vigild, T. (13. august 2011). *Spil dig klog på Danmarks fortid*. Hentet d. 15. maj 2013 fra Politiken: <http://politiken.dk/tjek/digitalt/spil/digitaltmobil/ECE1359349/spil-dig-klog-paa-danmarks-fortid/>

Winograd, T., & Flores, F. (1986). *Understanding computers and cognition - a new foundation for design*. Kapitel 3. (e-bog)