



SPECIALE I OPLEVELSESDSIGN

Undersøge og praktisk afprøve teorien om Evocative, narrative og informative stadier



17. SEPTEMBER 2019

Vejleder: Bo Allesøe Christensen
10.semster Aalborg Universitet
Udført af: Christian S. L. Bøgh

SPECIALE I OPLEVELSESDSIGN

Undersøge og praktisk afprøve teorien om Evocative, narrative og informative stadier

Det humanistiske fakultet. Aalborg Universitet. Institut for kommunikation

10. semester — September 2019

Vejleder: Bo Allesøe Christensen

Total antal sider: 88

Anslag 129.603 | Normalsider: 54

Antal bilag: 2

A handwritten signature in black ink, reading "Chr. Bøgh", written over a horizontal line.

Christian Bøgh

Abstract

The purpose of this thesis is to investigate and test the model "Evocative, narrative and informative stages" by Bär and Boshouwers and the theory behind. This is done on the basis of the nature centers.

I have wondered that many nature centers are good at informing but are not so good at inspiring. I thought about how the technologies can do it so nature centers become inspiring to the guests. One of the reasons why I am puzzled that nature centers are good at informing and not very good at inspiring is the great development that has taken place in museums in recent years. At these museums, they have focused more on inspiring than by showcasing objects. I am therefore interested in looking at the interaction between the information and inspiring interactions.

In my opinion several good museums are designed by Tinker Imagineers, which is a company specializing in experience design of what they call experience centers. Experience centers are often linked to a knowledge or information that needs to be communicated but according to Bär & Boshouwers, who are behind Tinker Imagineers, the experience centers only become relevant when the amount of experiences exceeds the amount of information (Bär & Boshouwers, 2018).

Bär & Boshouwers has just released the book *Worlds of Wonder - Experience Design for Curious People*. In the book they have a model that deals with exactly the interaction between information and inspiration, namely their model of "Evocative, narrative and informative stages". Unfortunately, there are no theories or data in the book that support this model.

Therefore, I will research the model theoretically and practically test the theory about "*Evocative, Narrative and Informative stages*" of Bär and Boshouwers, this is done on the basis of the nature centers.

The way I want to do it is by starting with some theory about working with experiences because Bär and Boshouwers have made this model to be used in experience centers. Thereafter in this thesis Bär and Boshower's model is reviewed and supplemented with other theories. Next, a study of the interactive elements in Lille Vildmosen Center exhibition is made. The study is based on a Heuristic evaluation - which is a qualitative study. This study is constructed to test Bär and Boshouwers model and to find out how the distribution between the informative and the evocative in the nature center is today.

This thesis concludes that there are some theories that support Bär and Boshower's model, but that it should be worked through more before it really becomes functional. I have constructed a description of the three stages, after working with their model, theoretically and practically.

Indholdsfortegnelse

Abstract.....	2
Indledning.....	4
Problemformulering.....	6
Metode	7
Afgrænsning.....	8
Teori	9
Hvorfor oplevelsescenter	9
Oplevelsesøkonomi.....	11
Hvorfor Oplevelser?	13
Oplevelsesdesign.....	17
Evocative, narrative og informative stadier.....	20
FLOW	24
Sammenligning af modellerne.....	27
Storytelling.....	30
Undersøgelse.....	37
Interaktionsdesign.....	37
Dataindsamling	48
Resultater af undersøgelsen	50
Diskussion	56
Konklusion	59
Litteraturliste.....	61
Bilag.....	64
1 Oversigt over figurer i rapporten	64
2 Data fra undersøgelsen	65

Indledning

Jeg har personligt en interesse i naturformidling, teknologier og oplevelser. Derfor var praktikken i mit 9. semester på Lille Vildmose Centeret, som er et oplevelsescenter med fokus på naturformidling samt kulturformidlingen af naturområdet, hvor der er fokus på områdets industrialisering og udnyttelse af mosejorden og så igen den transformation, der er sket med tilbageførelsen af området til så nært den oprindelige natur som muligt. Jeg arbejdede med et af museets nye formidlingsrum - nemlig Birke Sø pavillonen, hvor jeg havde fokus på den digitale oplevelse, herunder hvilken teknologi og formidling, der bedst kunne benyttes. Birke Sø pavillonen er en pavillon med fokus på søens fugle. Mit input var, at jeg kom med nogle forslag om, hvordan de kunne bruge teknologier mere målrettet i deres formidling.

Jeg tog især udgangspunkt i nedenstående citat, der beskriver, hvad det var, jeg prøvede på at gøre med mit praktikprojekt - nemlig at gøre naturformidlingen mere spændende ved at benytte moderne teknologier samtidigt med, at projektet skulle leve op til centerets grundværdier.

"I dag opleves gammeldags naturundervisning med feltbøger, net, bakker og lup som kedelig og uinspirerede, mens naturformidling med moderne teknik som fx GPS, data-logger og videokamera fanger de unges interesser." Jakob Konnerup - Formidlingsleder, biolog og naturvejleder på Lille Vildmose Centeret

Under min praktikperiode, havde jeg en undren over, at mange naturcentre er gode til at informere, men knap så gode til at inspirere. Det var først efter min praktik, at jeg kom til at reflektere over, at jeg godt nok havde fået mere teknologi ind i formidlingen. Men om det er teknologien i sig selv, der vil være det spændende og interessante eller om teknologien vil gøre, at det formidlede bliver mere inspirerende, er jeg usikker på. Når teknologien tages i anvendelse, er det vigtigt, at den anvendes på en måde, som giver en faglig underbygget formidling samt gør, at det emne, der formidles, bliver mere inspirerende og ikke kun fordi teknologien er spændende. Jeg er derfor interesseret i at undersøge og forstå, hvordan samspillet er mellem informationerne og inspirerende interaktioner samt hvordan det kan forbedre oplevelsen af naturcentre og deres formidling.

En af årsagerne til, at jeg er forundret over, at naturcentre er gode til at informere og ikke nær så gode til at inspirere, er den store udvikling, der har været indenfor kulturformidlingen og på museerne de seneste år. På disse museer har de fokuseret mere på at inspirere end at fremvise genstande. I dag tænker man ikke kun på genstandene, når man tager på museer men også på oplevelsen eller som Kristina Madsen, Cand.it. Beskriver: *"Museer forbindes ofte med oplysning og oplevelse"* (Jørgensen, n.d.). Jeg synes, det er interessant, at det er oplysning og oplevelse, at museerne bliver forbundet med.

Et af de bedre museer, jeg har været på i de seneste år, har været Tirpitz. På Tirpitz er de gode til at skabe en lærerig, men samtidig inspirerende museumsoplevelse for publikum. Jeg vidste, at det var det hollandske firma Tinker Imageers, der stod bag designet af udstillingen, fordi jeg har fulgt firmaet i nogle år.

Tinker Imagineers er et firma, der har speciale i oplevelsesdesign af det, de selv kalder oplevelsescentre som fx. museer. Oplevelsescentre er ofte forbundet til en viden eller oplysninger, der gerne skal formidles, men ifølge Bär & Boshouwers, der står bag Tinker Imagineers, bliver oplevelsescentrene først relevante, når mængden af oplevelser overskrider mængden af informationer (Bär & Boshouwers, 2018). Udviklingen af interaktive rum såsom museer er et område af særlig interesse for interaktionsdesignere (Benyon, 2014)

Bär & Boshouwers er lige kommet ud med bogen *Worlds of Wonder - Experience Design for Curious People*. I bogen har de en model, der omhandler netop lige præcis samspillet mellem informationer og inspiration. Bär & Boshouwers har dog ikke nogen teorier eller data i bogen, der bakker deres model op, så deres model er altså ikke akademisk. De har en mere praktisk tilgang til oplevelsesdesign, der i form af deres arbejds erfaringer må antages at have en vis validitet.

Jeg vil derfor afprøve deres model, for at undersøge om den er brugbar og hvordan den fungerer samt om den kan benyttes til at forbedre oplevelsen af et naturcenter. Jeg skal altså undersøge, hvad deres model kan og som andre teorier ikke kan. Jeg vil undersøge, om der er akademiske teorier, der kan underbygge og støtte modellen.

Deres model handler om Informative, Narrative og Evocative stadier. Det handler om, at skabe balancen mellem stadierne. Dette er et emne, der er fokus på i forvejen, fx på det natur- og medicinhistoriske museum Rijksmuseum Boerhaave, der er blevet kåret til "Årets museum i Europa 2019". Her har de haft fokus på den balance. Deres museumsdirektør Amito Haarhuis Udtalte:

"Det handler om balance. Stærke visuelle elementer inspirerer og sætter sig fast i gæsternes hukommelse, og det er vigtigt ved et museumsbesøg. Men vi vil ikke have, at de mister interessen for de andre smukke udstillingsgenstande eller lader være med at gå dybere ned i materialet"(Thingsted, n.d.)

Problemformulering

Ud fra ovenstående konstaterer jeg hermed, at der er to elementer, som jeg vil undersøge i denne opgave.

1) Jeg vil gøre brug af Bär og Boshouwers model for at undersøge, hvad der skal til for at gøre naturcentre inspirerende, hvilket omtales som evocativ af Bär og Boshouwers.

2) Jeg vil undersøge om deres model er brugbar og hvad den kan i forhold til andre teorier. Jeg vil i den forbindelse inddrage andre akademiske teorier, hvor jeg vil se på, om modellen kan underbygges på akademisk vis. Yderligere vil jeg her undersøge, om der er noget, som modellen dækker og som teorierne ikke dækker og hvorledes disse to supplerer hinanden.

Min problemformulering er derfor:

Hvordan kan Bär og Boshouwers teori om Evocative, narrative og informative stadier undersøges og praktisk afprøves i naturformidlingscentre?

- Hvad er informative og evokative elementer i en udstilling?
- Hvilke fordele og ulemper er der ved at gøre brug af det informative eller evokative?
- Hvilke teorier kan underbygge deres model og teori?
- Hvordan er forholdet mellem det informative og det evokative i naturcenteret Lille Vildmosens udstilling i dag?

Metode

Projektet omhandler formidling og oplevelser, derfor har jeg valgt at starte med at se på teorier om oplevelser herunder oplevelsesøkonomien samt om hvorfor arbejde med oplevelsescentre. Allerede i mit teoriafsnit vil jeg begynde at bruge noget af Bär & Boshouwers teorier, dette gøres for bedre at forstå deres teori og deres forståelse omkring oplevelser.

Efterfølgende vil jeg gennemgå Bär & Boshouwers model om *evocative, narrative og informative stadier*. Dette gøres for at forstå, hvad der kan defineres som informativ og evokative elementer og hvad der er af fordele og ulemper ved de enkelte stadier. Herefter vil jeg sammenligne Bär & Boshouwers model med andre akademiske anerkendte teorier og forsøge at underbygge deres model.

Efterfølgende vil jeg bruge Bär & Boshouwers model for at forstå den bedre og finde ud af hvordan fordelingen mellem modellens stadier i Lille Vildmose Centerets Udstilling. Så der er altså to grunde til at lave en undersøgelse af centerets interaktive elementer. For det første for at afprøve deres model og for det andet for at finde ud af hvordan fordelingen mellem de informative elementer og de evokative elementer hos naturcenteret i dag?

For at kunne lave en undersøgelse af udstillingens interaktioner, er jeg nødt til at inddrage noget teori om interaktionsdesign. Den metode jeg tænker at benytte til at undersøge udstillingen er Heuristic evaluation - som er en kvalitativ ekspert undersøgelse, dette vil sige at jeg ikke inddrager andre bruger eller gæster.

Jeg har udvalgt denne undersøgelsesform, fordi det er en måde, hvor jeg selv kommer til at arbejde med deres teori og prøve den. Resultaterne gennemgås og efterfølgende diskuteres, hvad jeg har fundet ud af og hvad jeg ville ændre. Til sidst konkluderes der på deres model og om den kan underbygges af andre teorier.

Afgrænsning

Formålet med opgaven er at undersøge Bär & Boshouwers model og teorien bag samt at se på om dette kan komme med forbedringer til Lille Vildmosen Centerets udstillingen. Hensigten med min undersøgelse er ikke at indgå i en diskussion om et museum eller et oplevelsescenter skal have fokus på at informere kontra at underholde – det skal være op til det enkelte sted og alt efter deres målgruppe. Jeg vil altså kun kigge på Lille Vildmosen Centerets udstilling og se på forbedringer i forhold til gæstens helheds oplevelse. I projektet vil der være fokus på Lille Vildmosens Stationære formidlingselementer, derfor vil jeg ikke komme ind at se på håndholdte teknologier som APPs eller Centerets mundtlige formidling som deres guidede ture.

Jeg har valgt kun at se på udstillingen i centerbygningen. Dette er fordi at flere af de andre udstillingsområder kun består af plancher og deres nye aktivitetsområde (Det Vilde) er aktiviteterne spredt og de er ikke helt færdige med at sætte alle deres informationer osv. op. Jeg har også fravalgt at have skoletjeneste rummet med, selv om at det er åbent for gæsterne når der ikke er skoleklasser på besøg. Skoletjeneste rummet, der også kaldes naturværkstedet, ligger i forlængelse med udstillingen. Grunden til at det er fravalgt er, at den ikke er en decideret del af udstillingen, men mere viser levende padder og lignende fra mosen frem samt et rum, hvor børn kan sidde og tegne.

Teori

Hvorfor oplevelsescenter

I en tid der er domineret af de online medier, hvorfor så arbejde med de fysiske oplevelsescentre. Det er muligt at dele informationer på de sociale medier uden problemer. Oplevelsescenter bliver relevante, når niveauet af oplevelser overskrider mængden af informationer (Bär & Boshouwers, 2018). Det kan oplevelsescentre kan gøre som en onlineplatform ikke kan i samme grad er immerse gæsterne i fortællingen. Film kan også være immersive, men ikke på den samme måde, da gæsterne i oplevelsescentrene selv kan bevæge sig rundt og interagere med historien. Gæsterne har altså muligheden for at vælge deres egen synsvinkel på baggrund af deres egne oplevelser (Bär & Boshouwers, 2018).

Jeg vil dog påstå at spil også kan være immersive og at spillerne kan bevæge sig rundt samtidig med at være en online platform. Det samme glæder for teknologier som AR og VR hvor brugerne også kan bevæge sig rundt dette. Disse anser jeg også som onlineplatforme hvor brugerne selv kan bevæge sig rundt, jeg altså uenig med at onlineplatforme ikke kan immerse gæsterne i fortællingen fordi gæsten selv kan bevæge sig rundt i et oplevelsescenter, hvorvidt de kan gøre det i samme grad som et fysisk oplevelsescenter vil jeg ikke gøre mig klog på.

En af grundene til at det er vigtigt at man for gæsterne til at blive aktive og interagere er at de på den måde også bedre forstår budskabet. Vi kan altså sige at oplevelsescentre gør viden mere håndgribeligt og forståeligt. Af samme årsag beskriver Jantzen, et.al også at det med *"At skabe involvering og tilstedeværelse er derfor oplevelsesdesignerens fremmeste opgave"* (Jantzen, Vetner, & Bouchet, 2011, p. 132). Ved at lade gæsterne vælge hvad der optager dem, bliver de også mere engageret i det emne som centeret formidler (Bär & Boshouwers, 2018).

Museer har tidligere haft fokusset på genstandene hvorefter de valgte hvordan disse genstande kunne bruges i en kontekst. Først herefter tænkte de på hvordan gæsterne kunne gøres interesserede i genstandene (Bär & Boshouwers, 2018). I dag gør de fleste museer omvendte og starte med at tænke på hvilken oplevelse de ønsker at gæsterne skal have og først herefter ser på hvordan deres genstande kan benyttes (Bär & Boshouwers, 2018). Det er dog stadig vigtigt at huske at autenticitet en vigtig faktor for oplevelsesdesign (Jantzen, et.al., 2011, s. 98) (Bär & Boshouwers, 2018). Autentisk betyder at det er noget der er ægte, troværdig og hvad det gives sig ud for.

Ifølge Bär & Boshouwers kan oplevelsescenter kombinere filmisk, teatraliske og interaktions teknologier til en kohærent helhed (Bär & Boshouwers, 2018). Dette gør at det er muligt at påvirke alle gæsternes sanser.

Ifølge Bär & Boshouwers er oplevelsescenter gode til at holde på gæsternes opmærksomhed. Bär & Boshouwers mener at det er normalt mellem en times tid og til en halv dag. Begge disse udsagn bakker de ikke op eller sandsynliggøre, men sandsynligvis er deres udsagn korrekte, fordi at gæsterne stopper op og ser

film og prøver aktiviteter. Jeg undersøgte disse påstande og fandt en undersøgelse, der viste at den typiske museums gæst tilbringer mindre end 20 minutter i en museums udstilling uanset hvilket emne eller størrelse (Serrell, 2010) og gæsterne bruger i gennemsnit 1 min pr 200-400m² (Serrell, 2010). Jeg synes dette virker som rigtig kort tid fra mit perspektiv, men undersøgelsen er lavet på baggrund af 108 udstillinger. Undersøgelsen er fra 2010 og der står ikke noget om hvor interaktive deres udstillingerne er. Fra min praktik ved jeg at gæsterne tog mellem 20 min til 2 time ca.

Oplevelsescenter tilbyder oftest at gæsterne kan se noget autentisk hvilket giver centene en følelse af at være mere nærværende med det subjekt de formidler – end fx. en hjemmeside kan. Oplevelsescenter bør kunne gøre alle emner spændende og inspirerende for gæsterne (Bär & Boshouwers, 2018).

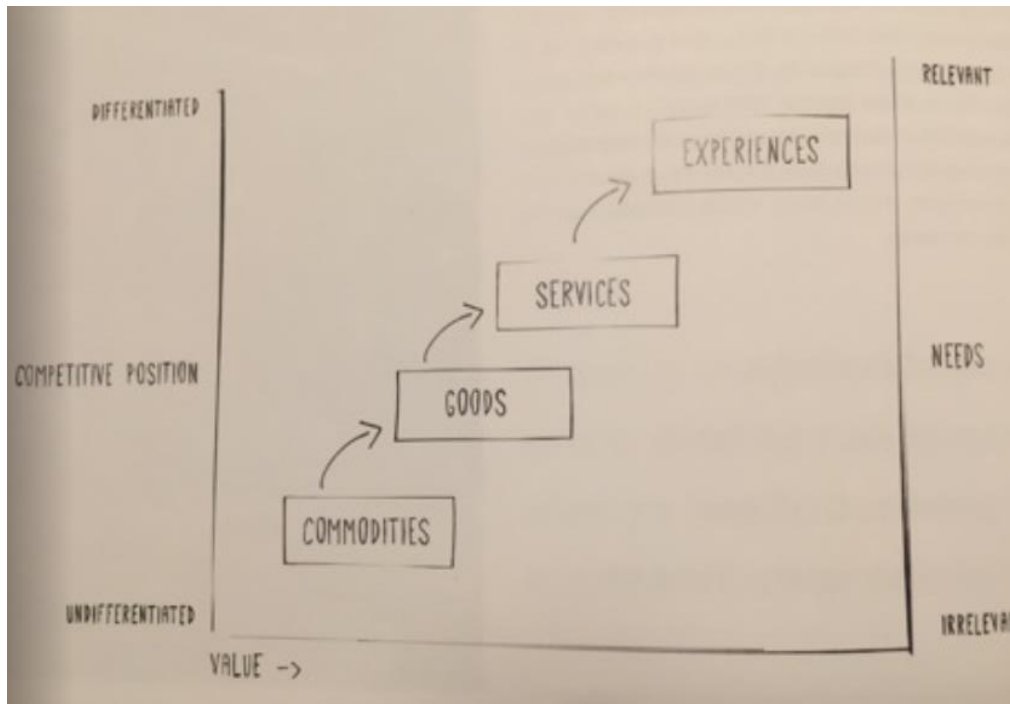
Oplevelsescenter kan fortælle om emnet fra mange forskellige vinkler og for forskellige niveauer ekspertise inden for området. Dette gør det til god måde at beskrive forskellige nuancer af emnet eller fremhæve forskellige sider af det samme emne (Bär & Boshouwers, 2018). Et eksempel på dette er fra Lille Vildmose Centeret hvor de har ser på nogle af emnerne fra jægerens landmandens og naturentusiastens perspektiv. Dette er på trods af at deres eller meget objektive og faktuelle formidling. Oplevelsescenter er også en platform der kan tage hensyn til at mennesker er sociale og at mange holdninger kommer af samtaler med andre. Den måde jeg forstår dette er at fordi et oplevelsescenter er et sted hvor man kan komme i grupper, par og familier og prøve aktiviteterne og snakke om informationerne samme. Det med at mange holdninger kommer af samtaler med andre, jeg tror ikke kun at holdninger kommer af at snakke med andre, men jeg tror på at ved at have en samtale kan man ændre holdninger eller give en ny holdning.

Oplevelsescenter kan muliggøre at individer kan mødes i en kontekst til emnet (Bär & Boshouwers, 2018). Dette gør at det er nemmer at forholde sig til emnet og derfor nemmer kan snakke om emnet, et eksempel er hvis man diskuterer hvordan elgens spejl (bagende) ser ud er det nemmer at gøre hvis man står ved en udstopning af en elg

Bär & Boshouwers mener at i fremtiden kan oplevelsescentre blive til meningsfulde landmærker. Der er mange ord for oplevelsescentre som fx imaginarium, themed environments eller immersive spaces (Bär & Boshouwers, 2018). Nu hvor jeg har beskrevet hvorfor jeg undersøger at oplevelsescentre er det nødvendigt at kigge mere på begreberne bag, altså oplevelsesøkonomi, oplevelser og oplevelsesdesign.

Oplevelsesøkonomi

I de følgende afsnit definerer jeg begreberne oplevelsesøkonomi, oplevelser og oplevelsesdesign. Jeg har valgt at have udgangspunkt i *The Experience Economy* fra 1999 skrevet af Joseph Pine og James Gilmore. De var nogle af de første, der skrev om oplevelsesøkonomi og deres bog anses for at være en grundbog på området. Pine og Gilmore var blandt de første, som definerede begrebet *oplevelsesøkonomi*. I bogen beskriver de flere typer af oplevelser og hvordan det kan føre til økonomiske vinding. De beskriver, hvordan oplevelser kan benyttes til at skabe en ekstra værdi af varer og services for forbrugerne, samt hvordan virksomheder kan benytte dette – til at opnå en større omsætning.



Figur 1 hvordan oplevelser kan benyttes til at skabe en ekstra værdi af varer og services for forbrugerne (Bär & Boshouwers, 2018, p. 98)

I oplevelsesøkonomien er modellen ovenover central, da den beskriver hvordan, varerne stiger i værdi alt efter, hvordan de forarbejdes. Hvis vi tager kaffe som eksempel, starter kaffebønnen som en råvare (rå kaffebønner), når kaffebønnen er blevet bearbejdet, er de blevet til kaffe pulver. Hvis vi forsætter op ad trappen, når vi til services - altså når der er en der brygger kaffen for os. For at det bliver til en oplevelse, er det nødvendig, at der bliver gjort noget mere ud af helheden. Det kan være, at den, der skal nyde kaffen i forbindelse med indtagelsen af kaffen også får en oplevelse ud af café besøget eller lignende. Det kan være omgivelserne eller det kan være en historie der giver kaffen en ekstra dimension (Pine, Gilmore, 1998).

Economic Distinctions				
Economic Offering	Commodities	Goods	Services	Experiences
Economy	Agrarian	Industrial	Service	Experience
Economic Function	Extract	Make	Deliver	Stage
Nature of Offering	Fungible	Tangible	Intangible	Memorable
Key Attribute	Natural	Standardized	Customized	Personal
Method of Supply	Stored in bulk	Inventoried after production	Delivered on demand	Revealed over a duration
Seller	Trader	Manufacturer	Provider	Stager
Buyer	Market	User	Client	Guest
Factors of Demand	Characteristics	Features	Benefits	Sensations

Figur 2 Økonomiske forskelle på stadierne i Oplevelses økonomien (Pine, Gilmore, 1998, p. 98)

Pine og Gilmore benyttede sig af teatermetaforer til at eksemplificere, hvordan virksomhederne kan iscenesætte oplevelserne for forbrugerne. Sådan at forbrugerne påvirkes på personlig og mindeværdig måde og derfor engageres i produktet (Pine & Gilmore, 1999, s. 2-3).

Pine og Gilmore anså oplevelserne for at være envejs altså, at det var virksomheden, der bestemte hvilken retning oplevelsen havde. Jeg har valgt at benytte *Oplevelsesdesign* (2011) af Christian Jantzen, Mikael Vetner og Julie Bouchets, da jeg benytter flere af deres definitioner. Jeg har valgt dem grundet at de også ser på aktøren i oplevelsen og hvordan aktøren påvirker sin oplevelse. De kommer ikke omkring hvordan IT eller digitale teknologier på virker oplevelsen, hvilket undrer mig fordi vi lever med teknologien og benytter den hver dag. Deres beskrivelse af oplevelsesøkonomien handler mere om at sælge eller købe overraskelser, som er følelsesmæssigt involverende. Deres diffraktion er "*oplevelsesøkonomi handler nemlig om at købe eller sælge overraskelser, som er følelsesmæssig involverende*" (Jantzen et al., 2011, p. 17). Den måde jeg forstår deres definitionen, er at de mener at oplevelsesøkonomien handler om at give brugerne noget der overrasker altså noget der bryder med deres forventninger. At det skal være følelsesmæssig involverende, forstår jeg på den måde at det skal kunne påvirke individets forståelse og ikke kun individet fysiologisk, hvilket jeg kommer mere ind på i afsnittet "[hvorfor oplevelser](#)".

De beskriver, at det er overraskende, når produkter eller services tilbyder noget andet eller noget ekstra i forhold til lignende produkter fra samme branche (Jantzen, et. al., 2011, s. 17). Det kan dog være problematisk, da to individer ikke vil have den samme oplevelse af produkter eller services. Dette skyldes at "Oplevelsen opstår hos og mellem individer, og at det er hos individer, blandt individer og for individer, at oplevelsen har værdi" (Jantzen et al., 2011, p. 40) Eller som Pine og Gilmore beskriver det, er hver oplevelse et resultat af interaktionen mellem den iscenesatte oplevelse og individets mentale og fysiske

tilstand i øjeblikket. Oplevelsens værdi er derfor afhængig af individet (Pine & Gilmore, 1999, s. 12).

Min holdning stemmer i overensstemmende i at oplevelsens værdi er afhængig af individet. Jeg mener at alt hvad vi gør, gør vi på baggrund af tidligere erfaringer, altså indlærte vaner, opførsel osv. Dette svare til det som Pierre Bourdieu kaldte habitus. Min opfattelse er at vi benytter vores habitus til at vurdere og producere holdninger til det nye – altså hvad der bryder med det man forventede, samtidig mener jeg at vi sætter det nye i forbindelse med det vi i forvejen kender. Jeg synes dog også at man skal overveje at oplevelsen også er afhængigt af konteksten altså den social- og fysisk-ramme.

Oplevelsesøkonomiens formål kan beskrives som at skabe situationer som via overraskende og uventede elementer, giver individerne noget andet end det forventede og derigennem tilfører en ekstra værdi til produktet eller servicen.

Hvorfor Oplevelser?

Oplevelser ikke noget nyt fænomen ellers som Jantzen et. al forklare det "*Oplevelser er ikke kommet for at blive. de har altid været der*". Hvis evnen eller viljen til at opleve pludselig forsvandt, vil den menneskelige eksistens med ét blive aldeles meningsløs (Jantzen et. al., 2011, s. 13). I nærværende afsnit vil der beskrives oplevelsens struktur og hvordan det kan påvirke individer.

Jantzen et. al beskriver oplevelser som "*Oplevelser er en kompleks struktur, der involverer både primitive biologiske reaktionsmønstre, kognitive mekanismer og sofistikeret social meningsskabende*". (Jantzen et al., 2011, p. 26) Oplevelser påvirker altså på et fysiologisk, emotionelt og kognitivt niveau.

I The experience economy : a new perspective af Albert Boswijk, Thomas Thijssen og Ed Pedersen har de taget udgangspunktet, at Experience kan både betyde oplevelse og erfaring. Ifølge dem er den kropslige oplevelses kommet af en sanselig perception og emotionel reaktion.

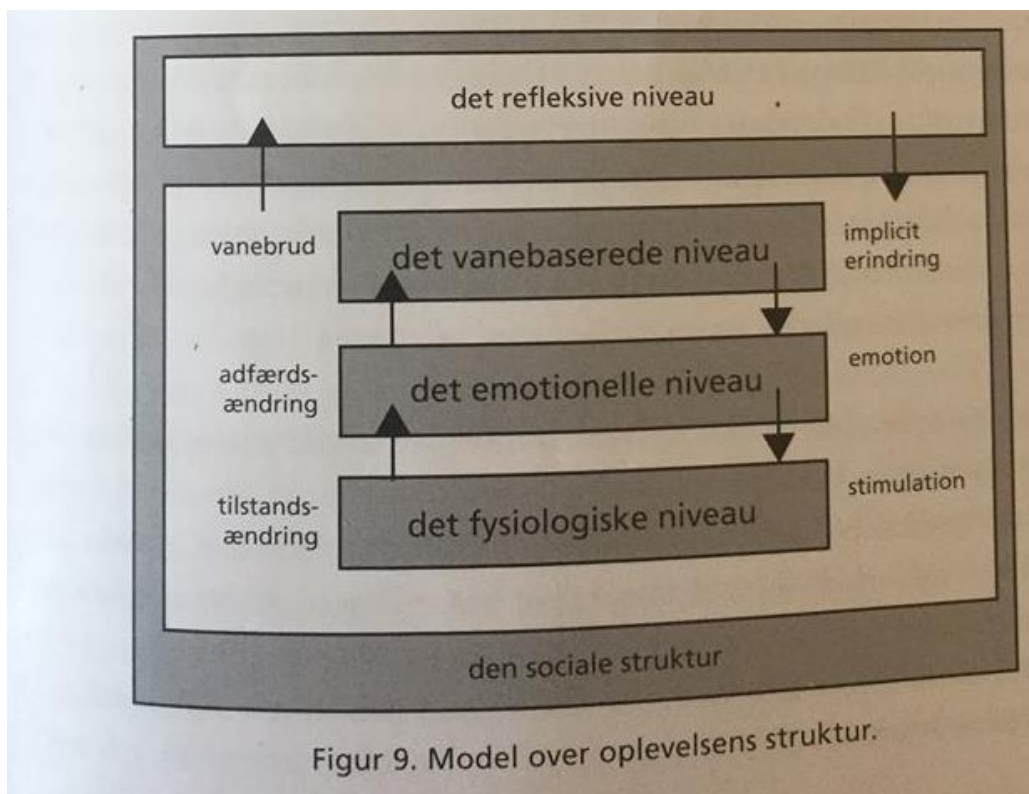
Jantzen et. al definition minder meget om den ovenstående, men de mener ikke, at oplevelsen sker af en sanselig perception, men at oplevelsen sker i sansningen. En anden definition er, at oplevelser ikke er de sansninger, følelser eller indsigter, der overvælder individet i bruddets øjeblik. Det er derimod de fortællinger, som individet fremsætter, når de er kommet på afstand fra bruddet. Denne definition er fra (Lund, 2005).

I deres definition beskrives bruddet som det punkt, hvor individet gennemgik noget oplevelsesrigt. Forskerne er ikke helt enige om at bruddet er oplevelsen eller om oplevelsen opstår efterfølgende. De er dog enige om, at der skal være et brud for en oplevelses. Det betyder, at oplevelsen er en ændring i "oplevelsen" tempo eller rytme i forhold til, hvad individet forventer. Jantzen et. al beskriver at oplevelser frembringes i et samspil mellem ydre stimuli og indre motivation. (Jantzen et al., 2011, p. 47) Eller som de citere det "*Oplevelser skyldes således en forskel både i organismens omgivelser og i forhold til individets forventninger*" (Jantzen et al., 2011, p. 164).

Den ydre stimuli kan påvirke individet på det fysiologisk, emotionelt og kognitivt niveau. På det fysiologisk niveau er oplevelsen ikke pulsens rytme eller individets temperatur, men ændringen i rytmen eller temperaturen. Denne ændring gør, at individet er mere opmærksom, skaber fokus eller få individet til at slappe af (Jantzen et al., 2011, p. 163). Det handler altså om, hvordan oplevelsen kan få individet til at mærke nydelse, velbehag eller ubehag (Jantzen et al., 2011, p. 157).

Det emotionelle niveau handler om, hvordan oplevelsen får individet til at føle. Det kan være glæde, vrede, frygt eller sorg. Et eksempel på dette er film, som er gode til at påvirke følelserne på de individer, der ser med. Det kan også gøres med andre medier end film som fx. Lydbøger, bøger og spil.

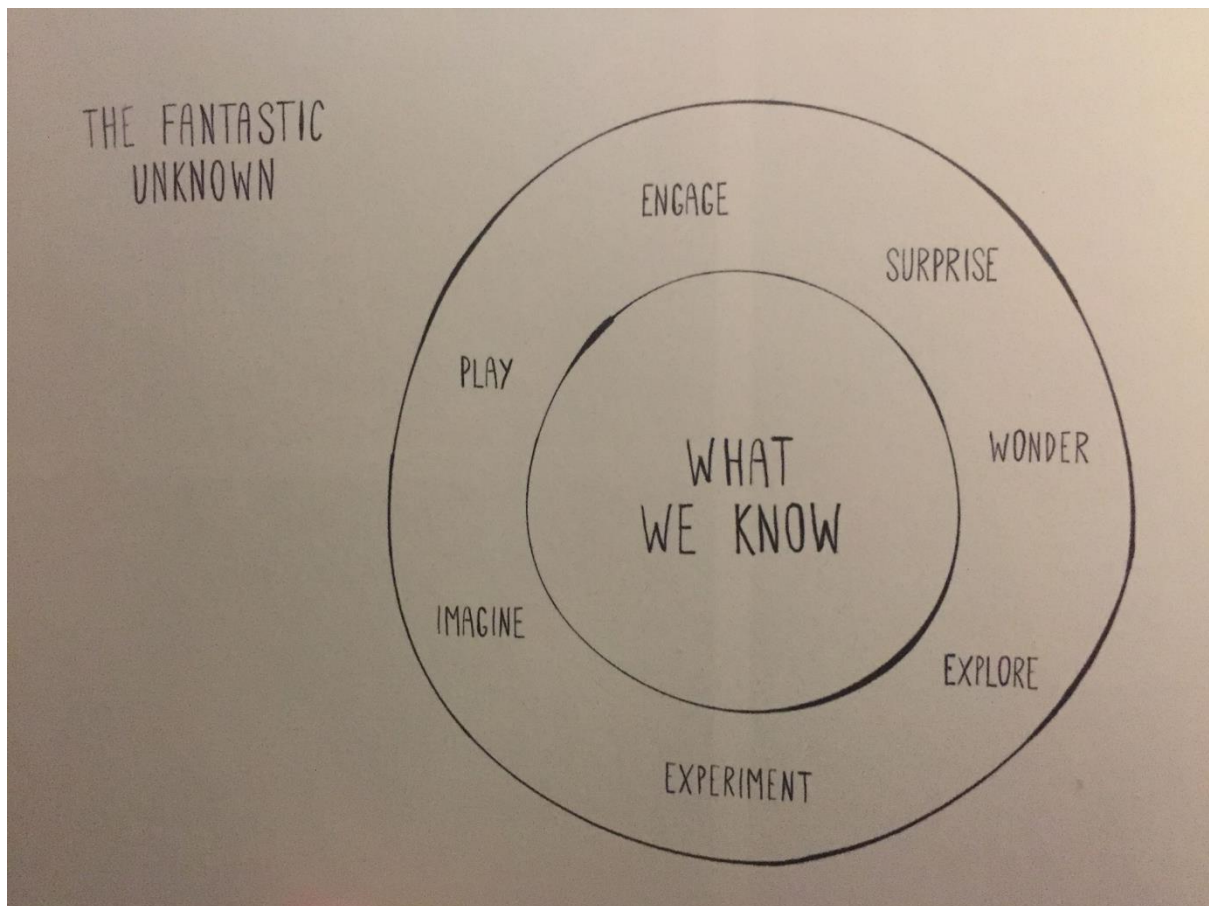
Oplevelser kan også få individer til at ændre deres forestillinger og hvad de tænker, dette sker på det kognitivt niveau. Oplevelser kan altså også understøtte individets identitetsdannelse. Det sker, hvis / når individet reflekterer over oplevelsen. Man kan derfor sige, at *"Mindeværdige oplevelser er erfaringsdannede. De ændrer noget ved menneskets selvforståelse og skaber måske nye præferencer, handlemåder og vaner (Jantzen et al., 2011, p. 26)."*



Figur 3 Oplevelsens struktur (Jantzen et al., 2011, p. 157)

Oplevelser er produceret i forhold til individets tidligere oplevelser (Bär & Boshouwers, 2018) og de erfaringer de har fået af de oplevelser. Hver gang individet bliver overrasket, viser det, at der er en endeløs verden at opdage,

hvilket Bär & Boshouwers i deres bog *Worlds Of Wonders : experience design for curious people* kalder for "the fantastic unknown".



Figur 4 the fantastic unknown (Bär & Boshouwers, 2018, p. 42)

Modellens titel afspejles i det ubevidste, ukendte, usagte altså det unknown, som afspejles som et mysterium, der skal løses gennem individets læring. Det vil sige, at individet oplever nye ting, som er med til at individet lærer og udvider sin viden som i figuren er illustreret som den inderste cirklen.

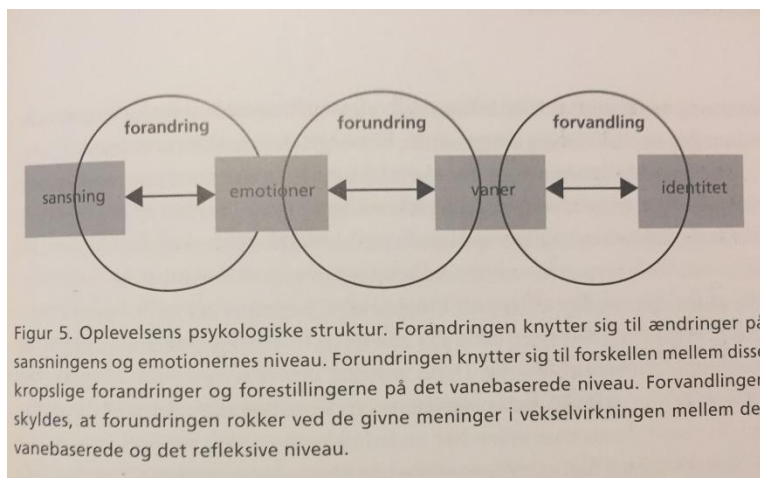
Bär & Boshouwers tilgang er mere praktisk orienterede, da de arbejder med oplevelsesdesign og ikke er så forsknings orienterede. Med deres 25 års arbejdes erfaring inden for området, synes jeg, at deres viden er relevant for fagområdet – derfor har jeg også medtaget dem.

De benytter noget de kalder *Experience levels*, hvilket minder meget om Jantzen et. als fysiologisk, emotionelt og kognitivt niveau(Jantzen et al., 2011). Experience levels består af *body*, *heat*, *mind* og *soul*(Bär & Boshouwers, 2018). Body handler om sansningen og hvordan oplevelsen kan påvirkes af sanserne. Heat svare til det emotionelt niveau, og handler om hvordan oplevelser kan få individerne til at føle. Mind levvellet handler om hvad er det interessante ved den nye viden og hvordan individerne forstå viden(Bär & Boshouwers, 2018), dette svare lidt til det kognitive niveau(Jantzen et al., 2011). Soul handler om at gøre oplevelserne meningsfulde både for individerne, men også for dem, der står for oplevelserne. Den måde Bär & Boshouwers forstår "meningsfuld" er ved at gøre det rigtige og gode(Bär & Boshouwers, 2018).

Oplevelser kan også udfordre vores forståelse af verden og få os til at bryde vores mønstre og vaner. Det er fordi at oplevelser er en kilde til erfaringsdannelse, som er en vigtig byggesten for individets selvforståelse og identitet (Jantzen et. al., 2011, s. 147-151).

Oplevelser kan forandre noget i individets fysiologiske og emotionelle plan, hvis forandring bliver til forundring over påvirkningen, kan det medføre nye indsigter og dermed forståelse samt ændre vaner (Jantzen et. al., 2011, s.42). Den fysiologiske ændring er fx. ændring i pulsen, at man sveder.

Det kan medføre forvandling hvis den nye forståelse medfører permanente ændringer for individet (Jantzen et. al., 2011, s. 42). Oplevelser kan altså være med til at understøtte individets identitetsdannelse.



Figur 5. Oplevelsens psykologiske struktur. Forandringen knytter sig til ændringer på sansningens og emotionernes niveau. Forundringen knytter sig til forskellen mellem disse kropslige forandringer og forestillingerne på det vanebaserede niveau. Forvandlingen skyldes, at forundringen rækker ved de givne meninger i vekselvirkningen mellem det vanebaserede og det reflektive niveau.

Figur 5 Oplevelsens psykologiske struktur (Jantzen et al., 2011, p. 267)

Vi kan derfor sige, at oplevelser genereres af en ydre påvirkning, men at oplevelser frembringes i et samspil mellem den ydre stimulus og indre motivation (Jantzen et al., 2011, p. 47).

Den ydre påvirkning skal overraske i forhold til individets forventninger og på grund af den ydre påvirkning er oplevelser situationsafhængige. Oplevelser er brugerdrevne fordi individer har forskellige indre motivationer og at mennesker har deres egen subjektive holdninger. Oplevelser er derfor brugergenerede og bruger afhængige, der er ingen oplevelse uden brugeren.

Oplevelser kan altså ikke sælges fordi, at de sker hos de enkelte individer. Det der kan sælges, er rammerne for individernes oplevelser. Et eksempel på dette er forlystelsesparker, de skaber og sælger rammen for oplevelser, men fordi oplevelsen er et sammenspil mellem den ydre påvirkning og individets tanker og følelser, er det kun rammen for oplevelserne de kan sælge. Rammen er altså den ydre påvirkning der før til bruddet med det forventede og hverdagen.

Oplevelsesdesign

Inden oplevelsesdesign defineres er det vigtigt at have en forståelse af designbegrebet. Ordet design kommer af det latinske ord *designare* som kan oversættes til at planlægge eller gøre udkast. (*Den store Danske*, n.d.)

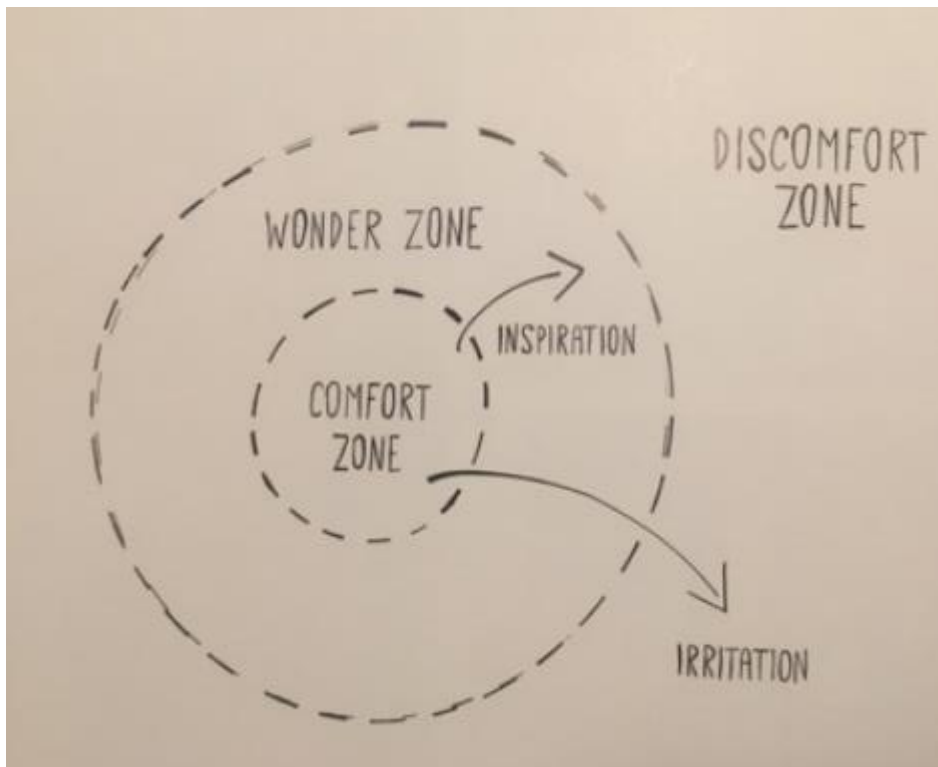
Design bruges som en samlebetegnelse for kunsthåndværk, kunstindustri, industriel design og grafisk kommunikation ifølge Den store danske. Design opfattes i stigende grad som et interdisciplinært der benytter informationer fra flere andre discipliner og benytter mange ekspertiser. Designprocessen er begyndt at blive opfattet som en koordinationsopgave. (*Den store Danske*, n.d.).

Oplevelsesdesign, er som begreb knyttet til oplevelsesøkonomien. Begrebet kan dække over designprocessen, som produkt og / eller den service gennemgår, men det dækker også det færdige produkt.

Som tidligere nævnt er det ikke muligt at sælge oplevelser men kun rammen. Oplevelsesdesign handler om at tilrettelægge rammer, udvikle objekter, og planlægge enkelte situationer eller hændelsesforløb, som kan give brugeren interessante og relevante oplevelser som Jantzen et. al beskriver det.

Oplevelsesdesign er en designdisciplin, der tager udgangspunkt i slutbrugernes oplevelser (Bär & Boshouwers, 2018, p. 32). Oplevelsesdesign skal altså skabe rammerne for, at individer får en inspirerende og attraktiv oplevelse. Jantzen et. al beskriver, at "Oplevelsesdesign har til formål at påvirke individets sansning og følelse, så de indbydes til at tage forventninger og forestillinger op til revision og eventuelt ændre dem." (Jantzen et al., 2011, p. 49) Dette gøres ved at overraske individet. Ved ikke at give dem, hvad de forventer men noget andet eller som Jantzen et. al beskriver det "Design af oplevelsesrige koncepter går derfor, enkelt udtrykt, blandt andet ud på at destabilisere den erfaringsbaserede erindring" (Jantzen et al., 2011, p. 29). Det er endvidere vigtigt, at oplevelsen lægger op til, at individerne har mulighed for at være involverede og føle sig tilstedeværende (Jantzen et al., 2011, p. 132)

Oplevelsesdesign er altså en praksis, hvis formål er at designe services / produkter, som kan anskues som underholdende og hvis tilrettelagt ordentligt, måske udviklende (Jantzen, et. al., 2011, s. 49). Samtidigt handler det om at overraske og flytte individer ud i det Bär & Boshouwers kalder for "*wonder zone*".

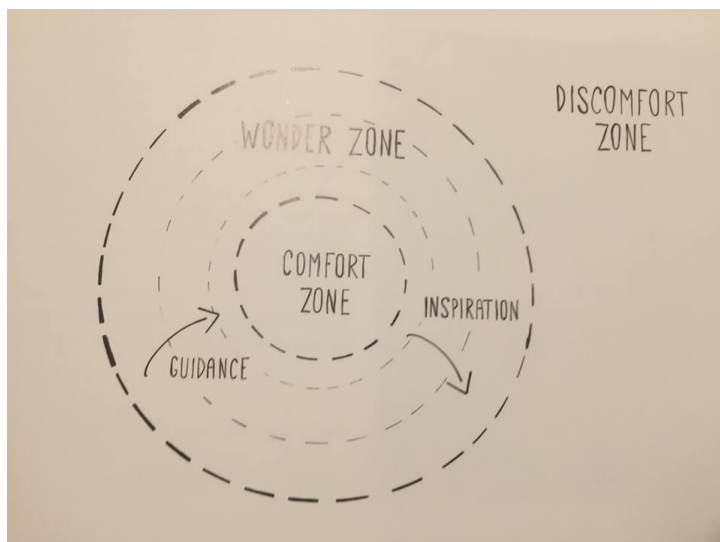


Figur 6 Wonder zone 1 (Bär & Boshouwers, 2018, p. 64)

Fordi at oplevelsesdesign handler om, at overraske brugerne, er det altså den designdrevende innovation og ikke brugerdrevende innovation, som er essentiel for udviklingsprocessen (Jantzen, et.al., 2011, s. 165). Fordi det handler om at give brugerne noget de ikke forventer, kan man altså ikke tage udgangspunkt i deres ideer, men er nødt til at benytte designdreven innovation og ekspertviden.

Bär & Boshouwers benytter værktøjerne "Guidance" og "inspiration" til at give individerne den optimale oplevelse af det oplevelsescenter de besøger. Bär & Boshouwers arbejder hovedsageligt med oplevelsescenter. Den måde Bär & Boshouwers bytter Guidance og inspiration er til at sørger for, at gæsterne hele tiden har mulighed for at være i det, de beskriver som wonder zone. Wonder zone er der, hvor gæsterne er åbne, modtagelige over for ny viden og nemmer kan forunde sig. Hvis oplevelsesdesigneren ikke benytter guidance, risikerer man, at gæsterne ikke følger sig trygge, men skræmte og ude i deres diskomfort zone. Guidance kan benyttes til at rykke gæsterne tættere på deres komfortzoner hvorimod inspiration benyttes til at rykke dem ud i wonder zonen. Inspiration kan altså hvis benyttes uden guidance flytte gæsterne ud i diskomfort zonen.

Bär & Boshouwers beskriver wonder zonen som " *the area where inspiration & guidance are nicely balanced*" (Bär & Boshouwers, 2018, p. 65)



Figur 7 The Wonder zone 2 (Bär & Boshouwers, 2018, p. 65)

For dem (Bär & Boshouwers) er oplevelsesdesign en måde at kommunikere.

"Experience design is not an autonomous art form, where freedom of expression is more important than communication" (Bär & Boshouwers, 2018, p. 65).

Jantzen, et. al. Har opsat ti kriterier for hvad de mener et godt oplevelsesdesign bør indeholde (Jantzen, et.al., 2011, s. 98):

1. Interaktivitet
2. Intimitet
3. Nærhed
4. Autenticitet
5. Unik
6. Involverende
7. Levende
8. lærende
9. interessant
10. Relevant

Albert Boswijk, Thomas Thijssen og Ed Pedersen har også skabt en liste med hvad de anser, at en oplevelse bør indeholde for at være meningsfuld (Boswijk, Thijssen, & Peelen, 2007, p. 144):

1. Påvirke alle sanserne
2. Forøget fokus og koncentration
3. Ens tidsfornemmelse er ændret.
4. Påvirker følelsesmæssigt
5. Der er kontakt til den rigtige ting
6. Processen er unik for personen og har en egenværdi
7. At det er føles af leg (flow)
8. Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting
9. At der er balance mellem udfordringen og individets kompetencer
10. Klart mål

At der er så mange forskellige meninger om, hvad "Oplevelsesdesign" dækker, er fordi at oplevelsesdesign er en tværfaglig disciplin, der ikke er drevet af et

design princip, men en disciplin, der benytter sig af mange forskellige design principper fra et utal af andre discipliner. Hvilket Christian Jantzen beskriver som "et sammenrend af etablerede traditioner, men en videreudvikling af stærke enkeltfagligheder i en åben dialog med hinanden" (Jantzen, 2013 s. 22).

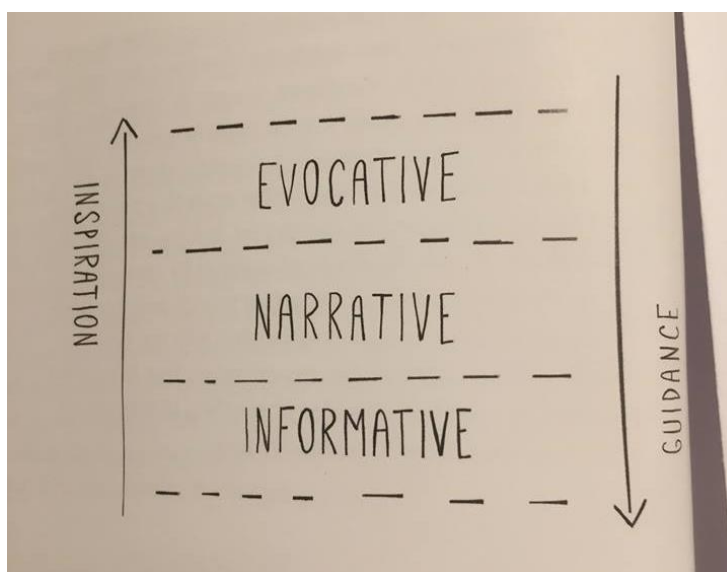
Disse forskellige discipliner bliver der arbejdet videre med og videreudviklet på konstant. Derfor er det vigtigt holde sig opdateret på de forskellige emner, men især på dem der er relevante for det konkrete projekt, man er i gang med.

Evocative, narrative og informative stadier

Jeg vil gennemgå Bär & Boshouwers model om evocative, narrative og informative stadier. Jeg vil i stedet for stadie mene at bedre at beskrive dem som tilgange eller fremgangsmåder. Dette skyldes at Bär & Boshouwers ikke beskriver dem ikke noget gæsten kan være i, men mere som kommunikationsformer og måde at formidle på.

I dette afsnit vil jeg se på deres model og hvordan de forklare den. En af de vigtigste elementer ved deres model er, at de ikke mener at man kun skal benytte ene eller anden tilgang, men benytte en blanding af alle tre, eller som Bär & Boshouwers forklare det *"the art lies in finding a balanced combination of these approaches and knowing how and when to apply each one of them"* (Bär & Boshouwers, 2018, p. 66). Dette betyder altså at det er designernes opgave at finde ud af hvad der er den optimale sammensætning af tilgangene/stadierne og balancere dem i deres udstillinger.

Hvis vi ser på Bär & Boshouwers's figur nedenunder kan vi se at den består af de tre stadier: evocative, narrative og informative stadier. Modellen består samtidig af en opad gående kraft (inspiration) og en nedad gående kraft (guidance). Det kræver et skifte i energien og fokuset at bevæge sig mellem stadierne ifølge (Bär & Boshouwers, 2018). *"Every time we're challenged, we feel the need to relax afterward. On the other hand when things become too predictable, we go out in search of new adventures."* (Bär & Boshouwers, 2018, p. 66).



Figur 8 Evocative, narrative og informative stadier (Bär & Boshouwers, 2018, p. 66)

I den forbindelse er designere nødt til at guide gæsterne, hvis man vil have dem til det informative og/eller evocative stadie. Derudover beskriver Bär & Boshouwers, at det er nødvendigt, at der sker et skifte i "energien" og fokuset, dette giver god mening. Hvis vi tager en forlystelses park, så er der et højt energiniveau i mange af forlystelserne og det er derfor svært som gæst at slappe af på disse forlystelser, der findes dog forlystelser, der er afslappende. Energien og fokuset skifter altså, når man er på forlystelsen og når man går rundt mellem forlystelserne. Deres citat synes jeg er logisk, for når man har udfordret sig selv, har man oftest brug for at slappe af. Det er dog ikke alle, der leder efter nye udfordringer, nogle er glade for at være der, hvor de er i deres komfortzone.

For at dykke lidt mere ind i deres model skal vi se på de tre tilgange. Vi starter med at se på den evocative tilgang. Evocative kan på dansk oversættes til stemningsfuld, men hvis vi ser på den engelske definition "tending to evoke a reaction or response, esp. an emotional one" (*Collins Dictionary*, n.d.). Dette anskueliggør, at det handler mere om at frembringe eller skabe en reaktion fra individer og især en følelsesmæssig reaktion. Ordet evokative kan ligeledes benyttes til at beskrive noget, man synes er godt eller interessant, fordi det frembringer behagelige minder, ideer, følelser (*Collins Dictionary*, n.d.). Ordet kan altså også forklares som begejstre.

Dette gør, at der er forskellige måder, man kan begribe deres model - alt efter, hvordan man forstår evocativ som stemningsfuld eller om det handler om at begejstre eller om at påvirke følelserne. Den måde Bär & Boshouwers forklarer det, er som "*evocation is the ability to ignite.*" (Bär & Boshouwers, 2018, p. 67). Denne forklaring hjælper ikke med at forstå deres definition af evocativ, fordi det kan forstås at skabe følelser eller inspirere/begejstre, jeg kan dog ikke se nogen måde at forstå det som stemningsfuld.

Hvis man ser mere på, hvordan Bär & Boshouwers beskriver det evocative stadie så er det som en måde der gør at individerne for et andet mind set der gør dem i stand til at se med friske øjne og at den evocative fremgangsmåde er åben overfor individet egen fortolkninger hvilket genererer inspiration og engagement.

Jeg synes deres beskrivelse ikke forklare ret meget, udover at det handler om at gøre gæsterne i stand til at se tingene med friske øjne og at der skal være mulighed for at de kan komme med deres egne fortolkninger. Deres beskrivelse er upræcis og dækker derfor meget hvilket gør at det er svært at vide hvad deres definition af den evocative fremgangsmåde er. De forklarer at den differerer sig fra den frie kunstneriske fremgangsmåde, ved at den evocative tilgang prøver at skabe en bestemt holdning, der stadig kan fortolkes. Jeg har svært ved at se at noget kan være bestemt – altså fastsæt eller afgjort samtidigt med at det kan fortolkes. Derfor forstår jeg det som at de mener at man prøver at give gæsten en bestemt holdning ved at prøve at overbevise dem, men at de selv er nødt til at reflektere over hvad de mener er det rigtige. Derfor handler denne fremgangsmåde om at inspirere til noget bestemt, men som stadig er åbent for gæsternes egne fortolkninger af emnet.

Bär & Boshouwers kommer med nogle eksempler på hvad de ser som evocativt: store ideer, ikoniske figurer og overraskende kreationer. Jeg kan sagtens se

hvordan store ideer kan være inspirerende, jeg tror fx. at Elon Musk ideer har inspireret mange andre mennesker. Jeg har svære ved hvordan en figur skal inspirer ud over hvis motivet har et stærkt budskab jeg kan huske en statue af en spiddet isbjørn der var lavet af Jens Galschiøt. Jeg vil ikke sige at den inspirere mig men den fik mig da til at reflektere.

Den måde jeg forstå at Bär & Boshouwers mener det er, at hvis man kan få gæsten til at reflektere over noget og derefter gøre noget ved det altså det som man gerne vil have dem til, så har man inspireret dem til det. Jens Galschiøt tror jeg gerne ville have dem der så hans skulptur til at reflektere over alle de dyr der uddør og drivhuseffekten samt hvordan vores forurening påvirker det.

Det Narrative stadie, bygger på storytelling. Storytelling er en oldgammel og meget effektiv måde at kommunikere på (Bär & Boshouwers, 2018). Jeg beskriver mere om i afsnittet: [Storytelling](#)

I oplevelsescenter kan historierne tage mange forskellige størrelser og forme, da det er muligt at fortælle/vise dem ved hjælp af mange forskellige medier, det kunne fx være tekst, lyd, animationer og videoer. Det kan til samme give et større billede eller helhed ud fra de enkelte dele af historien (Bär & Boshouwers, 2018).

Alle gode historier indeholder spændende højdepunkter og mere rolige perioder. Dette er en af den narrative kommunikationsmåders kvaliteter er at det effektivt flytte individerne mellem højspændte og mere rolige / jordnære stadier ifølge Bär & Boshouwers (Bär & Boshouwers, 2018).

Det Informative stadie eller tilgangsmåde er rolig og funktionel, den skaber tillid og forståelse, hvilket vil gøre at gæsterne er mere åbne og modtagelige (Bär & Boshouwers, 2018). Det er føles af at være i kontrol og brugen af almenkendt viden der grundlaget for denne tilgang (Bär & Boshouwers, 2018). Det er derfor vigtigt at ikke er for overvældende med ny viden og ting/ tiltag, men at kommer stille og roligt lidt efter lidt.

Det med at gæsten skal have ro til være åben og modtagelig for ny viden er for mig logisk nok, da det er rart at kunne tage sig tiden til at sætte sig ind i noget. Jeg er dog mere uforstående overfor, hvordan de mener at den metode skaber tillid mellem brugeren og afsender. Den måde jeg kan se at det giver mening, er ved at gæsterne modtager noget viden som de allerede ved er rigtigt, så tror de mere på den viden de i for formidlet som de ikke kender i forvejen.

Bär & Boshouwers kommer med nogle eksempler på hvad denne type kommunikation kunne indeholde; Informative tekste, forklarende historier, infografer og visuelle oversigter.

Informationerne bruges til at guide og skabe en fælles grund, hvorimod det evocative bruges til at påvirke følelserne eller begejstre. Dette medfører at hvis man igen ser på deres figur om Wonder Zone, kan man benytte de forskellige fremgangsmåder til at sikre at gæsten har muligheden for at opholde sig i Wonder Zone.

Der kan benyttes den informativ tilgang til at sikre at gæsterne ikke kommer ud i u-komfortzonen og den evocative tilgang til at give gæsterne muligheden for at prøve deres grænser af og påvirke gæsterne på det emotionelle niveau. Disse to tilgangsmåder er koblet sammen er ved hjælp af det narrative. Eftersom at det narrative ifølge Bär & Boshouwers har egenskaben til at flytte gæsterne mellem stadierne.

Det er herfor vigtigt at man benytter alle tre tilgange, for at sørge for at det er muligt for gæsterne at være i Wonder Zone så meget så muligt. Det kan dog være meget svært at styre, da der ikke er to individer der er ens. Fordi individer er så forskellige, kan nogen synes at noget er spændende men det kan for en anden være utrygt og for en tredje kan det være kedeligt. Csikszentmihalyi beskriver det "*So it is impossible to say with complete assurance whether a person will be bored or anxious in a given situation.*"(Csikszentmihalyi, 2014, p. 147).

Deres model om evocative, narrative og informative stadier kan ikke stå selv, den fungerer nemmere hvis deres figur om Wonder Zone medtages. Sammenblandingen af evocative, narrative og informative stadier og Wonder Zone, minder mig om FLOW fordi det handler om at ramme så individer er i et bestemt stadie eller zone, der er dog også visse forskelle som hvad der ligger til grunde for teorien. Jeg vil gennemgå FLOW og derefter sammenligne de to modeller.

FLOW

Csikszentmihalyi har forsket i psykologien bag en optimal oplevelse han beskriver at det kan være svært at skabe optimale oplevelser *"Because optimal experience depends on the ability to control what happens in consciousness moment by moment, each person has to achieve it on the basis of his own individual efforts and creativity."*(Csikszentmihalyi, 2008, p. 5)

Den optimale oplevelse er det som oplevelsesdesignere bør stræbe efter at give gæsten, indenfor de givende ressourcer. Det er dog utroligt svært, da alle individer er forskellige og det er en individuelt vurdering fordi oplevelsen skabes af den ydre påvirkning og den indre motivation(Jantzen, 2013).

Oplevelsesdesignere skal altså prøve at kontrollere eller påvirke den ydre påvirkning så den er så optimal som mulig for det enkelte individ.

Csikszentmihalyi ser oplevelserne mere fra individets side og hvordan individet selv skal opnå den optimale oplevelse med deres indsats og kreativitet(Csikszentmihalyi, 2014). Csikszentmihalyi er fokuseret på individens bevidsthed under oplevelserne. Csikszentmihalyi ser på oplevelserne ud fra gæstens side og på psykologien som derfor ikke er fra designerens synsvinkel i måden hvorpå der skabes oplevelser.

Mihaly Csikszentmihalyi er kendt for FLOW teorien. Han beskriver flow som en bestemt type af oplevelser. *"Flow is experienced when people perceive opportunities for action as being evenly matched by their capabilities"* (Csikszentmihalyi, 2014, p. 146). Hans model er baseret på den antagelse at mennesker er opmærksomme på et begrænset antal muligheder, der udfordrer dem til at handle, på et hvilket som helst givet tidspunkt(Csikszentmihalyi, 2014). De er samtidig også opmærksomme på deres egne kompetencer og om de kan klare de krav/udfordringer der stilles af miljøet.

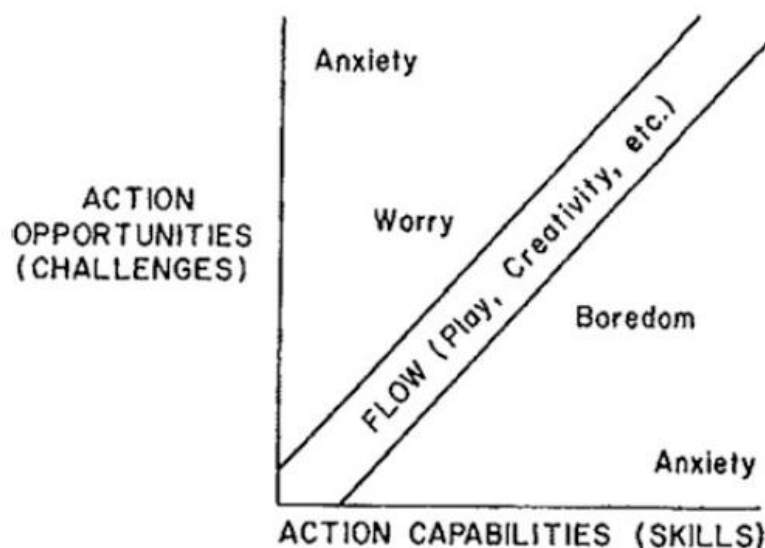
Denne type oplevelser sker når et individ er aktivt engageret i en form for klart specificeret interaktion med miljøet. Der skal altså være tydelige regler, krav være tydelig entydig feedback på handlingerne. Csikszentmihalyi beskriver at *"Flow denotes the holistic sensation present when we act with total involvement."*(Csikszentmihalyi, 2014, p. 136).

Csikszentmihalyi beskriver at individet arbejder i et stadie hvor der er en sammenlægning mellem handling og bevidsthed, hvor individet er meget opmærksom på deres handlinger, på hvad der sker omkring dem(Csikszentmihalyi, 2014). Dette tolker jeg som at individet har en øget fokus på opgaven eller handlingen, men ikke er så bevidst om andet fx. tiden og hvad der sker omkring dem.

Ifølge Csikszentmihalyi vil individerne opleve det som en strøm fra et øjeblik til det næste, hvor de vil følge sig i kontrol over deres handlinger, og hvor der ikke skelnes mellem dem selv og miljø; mellem stimulus og respons; eller mellem fortid, nutid og fremtid (Csikszentmihalyi, 2014). Denne sammensmeltning mellem handlingen og bevidstheden er kun mulig på grund af centreringen af opmærksomheden på et begrænset stimulationsområde. Det er altså fordi at individet fokuserer så meget på handlingen. Når individer er i FLOW-stadiet, er de

totalt involverede i aktiviteten, hvilket påvirker at de ikke tænker over andet, fx problemer og ting de skal nå (Csikszentmihalyi, 2014).

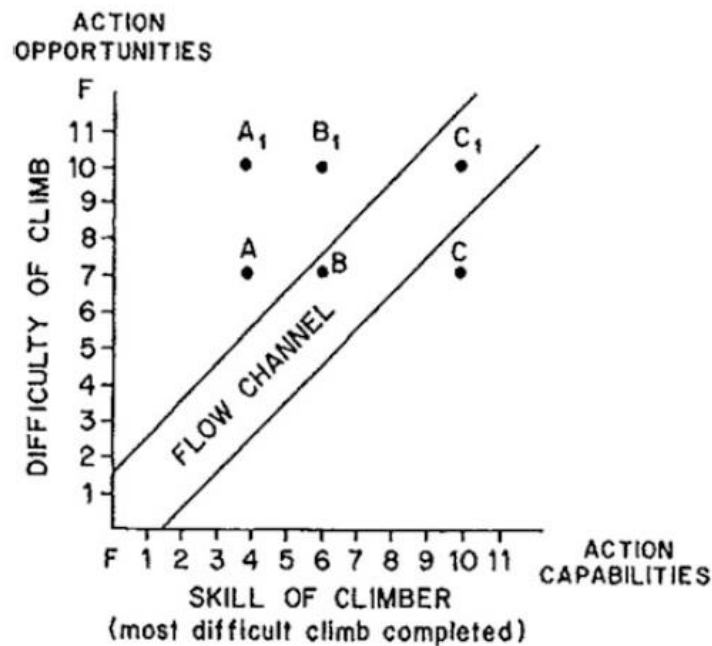
Csikszentmihalyi har lavet en model af FLOW. Denne model består af to akser, der står vandret på hinanden, de mødes i origo, det man kan beskrive som 0-punktet. Den vandrette akse (X-aksen) omhandler individets kompetencer. Den lodrette akse (Y-aksen) handler om, hvor svær handlingen/udfordringen er. Diagonalt fra origo og midt imellem de to akser, har vi Flow Channel. Det er inden for Flow Channel, at individet er i FLOW. Det handler om at oplevelsens sværhedsgrad skal passe til individets kompetencer eller som Csikszentmihalyi selv beskriver det *"Flow is experienced when people perceive opportunities for action as being evenly matched by their capabilities"* (Csikszentmihalyi, 2014, p. 146)



Figur 9 FLOW (Csikszentmihalyi, 2014, p. 147)

Hvis man ser på et af (Csikszentmihalyi, 2014) eksempler som der er anskueliggjort på figuren nedenunder (figur 10). Eksemplet handler om tre klatrere, der skal ud at klatre sammen. Person A er nybegynder og har kompetenceniveau på 4 ud af 11. Person B har klatret en del og har derfor et kompetenceniveau på 6 ud af 11. Person C er rigtig god til at klatre, man kunne beskrive ham som professionel, som har et kompetenceniveau på 10 ud af 11. De 3 klatrere vælger en klatrevæg, der har en sværhedsgrad på 7. Dette gør, at person A vil være utryk og bekymret og person B vil synes, at det er en god udfordring og være i FLOW. Person C vil synes, at det er alt for let og dermed kede sig.

De vælger også en væg med en sværhedsgrad på 10. Denne væg illustreres på figuren nedenunder som A1, B1 og C1. Person A vil være ængstelig eller bange, da denne væg er for svær. Person B vil være utryk og bekymret. Person C vil synes, at væggen passer til kompetencerne og være i FLOW.



Figur 10 Eksempel på Flow for klatre (Csikszentmihalyi, 2014, p. 148)

Individer er forskellige og derfor er det også sandsynligt, at deres Flow channel ser forskelligt ud, "Very probably each individual has his or her own threshold for entering and leaving the state of flow" (Csikszentmihalyi, 2014, p. 148). Dette er på baggrund af individernes tidligere erfaringer, men det kan også være den individuelle forskel. Det kan være at et individ hurtigt kommer til at kede sig, eller har meget gå på mod så individet ikke så hurtigt bliver bekymret.

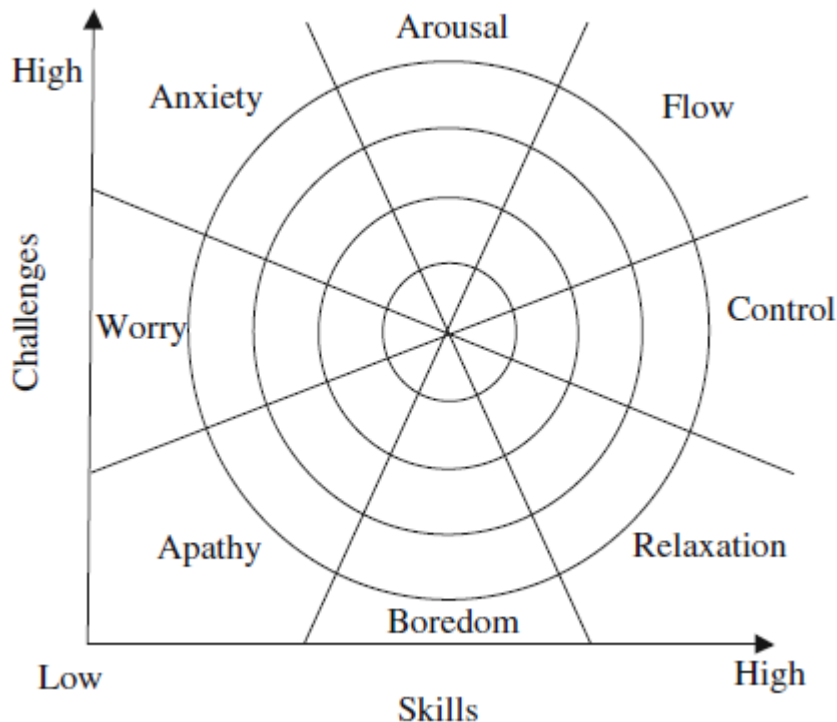
Hvis vi sætter dette i naturcenter-perspektivet, så har gæsterne forskellige kompetencer og viden. Et eksempel på dette kunne være gæsternes forhåndsviden om dyrene, hvilket gør, at deres FLOW channel ser forskellig ud, når de besøger udstillingen. Centeret kunne formidle viden på et ekspertniveau, hvilket ville være uoverskueligt for nogle gæster. Hvis centeret derimod formidlede viden på et alt for simpelt niveau hvor gæsterne ved det meste i forvejen vil de synes det for let og komme til at kede sig.

Individet spiller en stor rolle i oplevelsen, fordi at alle individer er forskellige og derfor har forskellige grænser / niveauer af hvad der er en kedelige eller udfordrerne/spændene oplevelse. Derudover spiller individets bevidsthed ind på deres fortolkning af oplevelsen men ifølge Csikszentmihalyi kan indviet kan også ændre om de er galde eller kede af det ved ændre hvad deres bevidsthed uanset den ydre påvirkning, eller som Csikszentmihalyi siger det "A person can make himself happy, or miserable, regardless of what is actually happening "outside," just by changing the contents of consciousness" (Csikszentmihalyi, 2008, p. 24).

En anden af Csikszentmihalyi's modeller kommer fra hans teori Experience Sampling Method (ESM). Metoden går ud på at individerne/ testpersonerne bliver udstyret med personsøgereenheder (Mobiler, programmerbare ure eller håndholdte computere). Disse enheder signalerer testpersonerne på forud programmerede tider hvor testpersonen så skal udfylde et spørgeskema, der beskriver det øjeblik. Testpersonernes rå scorer af disse to dimensioner bliver

blevet omdannet til z og x score. Disse punkter bliver herefter sat på en graf med centrum i 0 som er individets gennemsnit.

Forholdet mellem udfordringer og færdigheder kan beskrives i form af en cirkel med otte skiver eller otte kanaler. Hvor hver af disse kanaler er karakteriseret ved en særsomt oplevelsesmæssig stadie.



Figur 11 Experience Sampling Method (Csikszentmihalyi, 2014, p. 248)

Ved at se på figuren kan man se at FLOW er høj i udfordring og færdigheder/kompetencer. Ud fra dette beskriver (Csikszentmihalyi, 2014) at den optimale oplevelse er en subjektiv begivenhed, som en person beskriver som at være højt på udfordringer samtidig med at være højt på færdigheder (Csikszentmihalyi, 2014)

Sammenligning af modellerne

Hvis vi ser på Bär & Boshouwers igen kan man beskrive at det evocative handler om at frembringe en følelse, inspirere og få gæsterne til se med friske øjne. På det evocative stadie er gæsterne åbne og modtagelige. Dette svarer til den øverste skive i cirklen oven over (Arousal). Denne skive omfatter situationer, hvor færdighederne er gennemsnitlige, men udfordringer er over gennemsnittet. Hvis vi ser på hvad arousal er. Det betyder 'opvågning' (Den Store Danske, n.d.)

Hvis vi tager udgangspunkt i hvordan ordbogen beskriver, arousal så er det: "arousal, udtryk for vågenhed, modtagelighed for sanseindtryk, parathed; inden for fysiologisk psykologi omfatter arousal en række bevidsthedstilstande, spændende fra bevidstløshed til vågen opmærksomhed. (Den Store Danske, n.d.)" Hvis det er fra bevidstløshed til vågen opmærksomhed, så dækker det jo alt og dermed også intet. Den måde jeg forstår arousal, så er det når individet er

mere opmærksomt på deres sanseindtryk og beredt på at handle med det samme.

Ved at sammenligne arousal og det evocative stadie, kan man se de har nogle ligheder i form af at gøre individer modtagelige overfor indtryk. Hvis ens forståelse af evocative handler om at frembringe følelser ved individet, så passer de ikke overens fordi arousal ikke handler om at påvirke følelserne.

Hvis vi tager udgangspunkt i den forståelse af evocativ der handler om at begejstre og få gæsterne til at se med friske øjne så kan man sige at den evocative tilgang skaber arousal hos gæsterne.

Den informative tilgang forsøger at få gæsterne til at føle sig i kontrol ved at skabe en fælles grund mellem hvad gæsterne forventer og den nye viden. Dette gør den ved at bringe den nye viden stille og roligt lidt efter lidt. Hvilket også svare over til Csikszentmihalyi model ovenover hvor skiven lige under FLOW er Control.

Denne skive omfatter situationer, hvor færdighederne er over gennemsnitlige, men udfordringer er gennemsnitlige. Det skal huskes at Csikszentmihalyi model tager udgangspunkt i individets gennemsnit. Csikszentmihalyi har fokuseret på oplevelsers psykologisk og specifikt med hverdags oplevelser (Csikszentmihalyi, 2014). Bär & Boshouwers har der imod arbejdet med oplevelseserhverv mere specifikt med oplevelsescenter. Derfor er der nogle forskelle i deres modeller. Bär & Boshouwers arbejder altså mere med de udvendige påvirkninger af individet, Csikszentmihalyi arbejder mere med den indvendige påvirkning.

Den største forskel er det narrative hos Bär & Boshouwers, hvilket ikke er med i Csikszentmihalyi model. Dette er skyldes at Csikszentmihalyi har fokusset på psykologien og individet følelsesmæssige stadier.

Det narrative passer dog ikke ind i FLOW modellen, da det narrative ikke er noget, individer kan føle, men derimod noget, der kan påvirke, hvad individerne føler. Gæster kan godt indleve sig i historien, men historien kan aldrig blive til en følelse. Historierne kan godt påvirke individerne og det er muligt at mærke og føle med fx. hovedpersonen i en film eller i et spil. Bär & Boshouwers benytter det narrative til at holde sammen på oplevelsen - altså som en rød tråd gennem oplevelsen. Flow-teorien har ikke dette element med, fordi det ikke er relevant i forhold til det Csikszentmihalyi har undersøgt, fordi det narrative ikke er en følelse.

Det er altså Wonder Zone fra Bär & Boshouwers teori, der gør det muligt at sammenligne deres teori med FLOW. Dette er fordi, at hvis vi ser på deres model om Wonder Zone, så benyttes Guidance og Inspiration til at holde gæsterne i Wonder Zone, hvilket kan sammenstilles med Flow-skiven i FLOW teorien.

Hvis vi ser på afsnittet ovenover, fandt vi ud af at den evokative tilgang skaber arousal hos gæsterne samt inspirere dem. At Informative tilgang var god til give gæsterne en følelse af kontrol ved at guide dem. Bär & Boshouwers teori handler om at benytte forskellige kommunikationsmidler til at søge for at individerne har muligheden for at være i Wonder Zonen. Dette svare til at hvis individerne

var i Csikszentmihalyi skive der heder kontrol og man så brugte den evokative tilgang til at skabe lidt mere udfordring, ville individerne flytte sig op i FLOW.

Dette betyder også at man kan presse individerne ud i hvor de er nervøse hvis individerne ikke føler at de har færdighederne til klare udfordringen eller aktiviteten. Csikszentmihalyi "Angst" vil kunne sammenlignes med at komme ud i dis-komfortzonen hos i Bär & Boshouwers, jeg vil også påpege at jeg ikke vil mene at angst er den rigtige oversættelse af anxiety i denne teori. Jeg ser det mere som at det er en nervøsitet eller at individet er ængsteligt.

Udfra dette kan man se at man nok kan benytte den evokative tilgang til at opløfte oplevelsen, men det er samtidig vigtigt at huske på det også skal være muligt for gæsterne at kunne slappe af og føle sig i kontrol sådan at de hele tiden har muligheden for at være i Wonder Zonen.

Fordi Bär & Boshouwers model minder meget om FLOW er det ikke ens betydende med at den er valideret, men det bakker deres model op fordi at FLOW er en anerkendt teori. Deres arbejds erfaringer gør også at teorien virker mere troværdig, det er lige som at man normalt vil tro på hvad ens mekaniker fortæller om biler. Dette betyder dog ikke at man skal tage deres ord for det, men at man er nødt til at få flere ekspertråd og at man selv skal undersøge det mere.

Den største forskel mellem de to teorier var altså baggrunden bag teorien samt at Bär & Boshouwers benytter det narrative, derfor har jeg valgt at inddrage mere om det narrative og storytelling.

Storytelling

For Bär & Boshouwers er det narrative rigtigt vigtigt og en central del af oplevelser, de beskriver at designet af et oplevelsescenter bør være holdt sammen af to ting. De beskriver de to ting som en to-komponents lim bestående af gæsterne og det narrative (Bär & Boshouwers, 2018). Gæsterne fordi at i deres optik starter al oplevelsesdesign ud fra gæstens perspektiv. Det narrative er fordi at i deres optik er oplevelsescenterenes rolle om at bringe en bestemt besked på den mest overbevisende måde. Det narrative er en stor del af storytelling men ikke den eneste del, men dette kommer jeg mere ind på senere i afsnittet, da jeg starter med et mere generalkig på hvad storytelling kan.

Storytelling er en populær måde at vejlede museumsbesøgere og besøgende på andre oplevelsescenter ifølge(Laia et al., 2013). Den mere traditionelle udstillingscentrerede tilgang er på den måde ved at blive erstattet af en historiecentreret tilgang som referere til udstillingen ifølge (Laia et al., 2013).

Dette passer tildels overens med Bär & Boshouwers der siger at muser i dag starte med at tænke på hvilken oplevelse de ønsker at gæsterne skal have og først herefter ser på hvordan deres genstande kan benyttes(Bär & Boshouwers, 2018).

Forskelle mellem dem er at (Laia et al., 2013) benytte begrebet historiecentreret tilgang, hvor (Bär & Boshouwers, 2018) beskriver det som det er drevet af oplevelser. Ved undersøge Bär & Boshouwers bliver det klart at for dem er det narrative en vigtigt del som ligger som et lag i alle deres oplevelser, derfor kan man sige at det narrative ligge til grunde for deres oplevelser og er interageret i deres oplevelsesdesign. Den måde de bruger det narrative, kommer jeg ind på senere i afsnittet.

Ved at benytte storytelling som en tilgangsmåde til udstillingsdesign kan det bidrage til at gøre udstillingen og genstandene mere tilgængelige og engagerende for forskellige slags brugere(Laia et al., 2013). Det kan skabe et afslappet miljø, der øger selvtilliden da den etablerer en universel kommunikationsform og fordi det inviterer publikum til benytte deres tidligere oplevelser og erfaringer hvilket hjælper med skabe følelsesmæssige forbindelser, som er dybere end intellektuel forståelse(Laia et al., 2013). Lugmayr udtaler at "*emotion is the fast line to the brain*" (Lugmayr et al., 2016, p. 15708).

Storytelling påvirker gæsterne på det emotionelt niveau eller det som Bär & Boshouwers kalder heart levellet. Lugmayr beskriver at en grundlæggende del af storytelling er følelserne og dermed de kognitive aspekter, som historien kan fremkalde i gæsterne. Storytelling kan altså også påvirke individer på det kognitive niveau eller som Bär & Boshouwers kalder det mind levellet.

Dette kan forklares ved at vores følelser og vores tanker påvirker hinanden, det er fx meget svært at være ked af det og tænke glade tanker.

Eftersom den evokative tilgang handler om at fremkalde følelser kan jeg derfor konkludere at storytelling kan benyttes til dette, men storytelling kan også benyttes til at skabe en rolig atmosfære i udstillingen og give gæsterne kontrol. Derfor kan det også benyttes til som Bär & Boshouwers kalder den informative tilgang. Efter som at den kan benyttes til begge tilgangsmåder er den et godt bindeled mellem dem.

Storytelling er en ældgammel tradition (Lugmayr et al., 2016), der har været mange årsager til at man fortalte historier. Lugmayr kommer med nogle eksempler på hvorfor man brugte historier, for; at underholde, at overføre viden mellem generationerne, bevare kulturarven eller at advare andre om farer. Med fremkomsten af digitaliseringen af medier er der mange nye muligheder for at fortælle historier (Lugmayr et al., 2016). "A museum storytelling approach may draw on the rich history of research into interactive storytelling for digital media, including games and films" (Laia et al., 2013, p. 542). Det gør at andre typer af oplevelsescenter også kan benytte denne forskning om hvordan man kan benytte interaktiv storytelling. Ifølge Laia et al. er interaktionen mellem de besøgende på oplevelsescentre og udstillingerne således at de digitale medier skal komplementere de fysiske artefakter, der fortsat skal være det primære fokus, der skal samtidig tages hensyn til gæsternes behov og præferencer (Laia et al., 2013).

Dette passer overens med Albert Boswijk, Thomas Thijssen og Ed Pedersen, hvis punkt 5 nemlig at der er kontakt med de rigtige ting så gæsten føler at det er autentisk (Boswijk et al., 2007). Andre har den holdning at museer i dag gør omvendte og starter med at tænke på hvilken oplevelse de ønsker at gæsterne skal have og først herefter ser på hvordan deres genstande kan benyttes (Bär & Boshouwers, 2018).

I min optik er både de fysiske artefakter og de digitale medier vigtige, men af hver deres grund. I min optik behøver det ikke være fysiske artefakter, digitale artefakter er også relevante. Dette kunne være en video fra 2. verdens krig eller andre artefakter man som gæst kun kan se. Artefakterne er vigtige at huske, da de medfører autenticitet, hvilket er vigtigt for oplevelsen (Bär & Boshouwers, 2018; Boswijk et al., 2007; Jantzen et al., 2011). De digitale elementer formidler, inspirere og muliggøre interaktionen mellem de besøgende på oplevelsescentre og udstillingerne.

Hvis man ser mere på hvilke komponenter og funktioner der gør at storytelling virker. Så består de essentielt af fire komponenter ifølge (Laia et al., 2013). De fire dele er *Perspective*, *Narrative*, *Interactivity* og *Medium*. I denne rapport vil der især være fokus på den *Narrative* del.

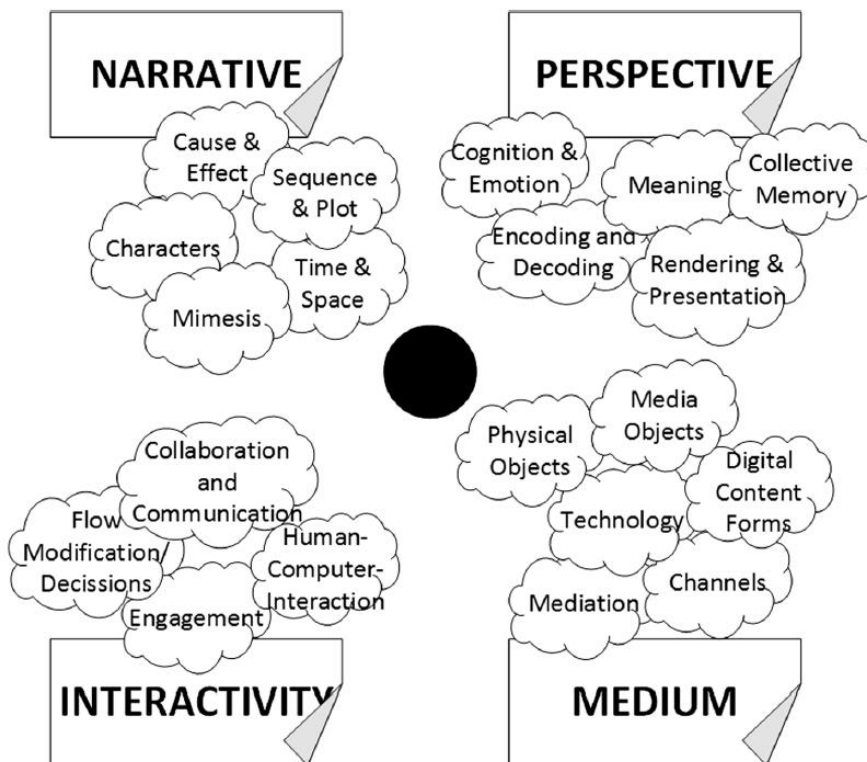


Fig. 2 Components of storytelling (different attributed collected from various sources, but categorized according [54])

Figur 12 Storytellings fire komponenter (Lugmayr et al., 2016, p. 15710)

Det narrative kan forklares som historiens indhold, der bygger på historiens objekter. Den narrative del indeholder følgende features mimesis/digenesis, Time/Space, Cuase/effect og sequence/plot. Mimesis er hvor historien bliver vist og digenesis er hvor fortællingen bliver berettet. Man kan se det som at Mimesis prøver at fremvise verden hvor digenesis berette om hvordan verden er. Digenesis er altså mere informativ og mere rapporterne, hvor Mimesis er mere dramatisk og direkte. *"The outcome of artistic expression, i.e. a piece of art in any of its possible forms, is a copy of the real world (mimesis), but is shown in an engaging way for the general public (diegesis)."*(Lugmayr et al., 2016, p. 15710)

Historiens indhold vil indeholde en tid og et rum / ramme for historien der vil bestå af nogle begivenheder i forhold til Cuase/effect. Tidsfaktoren gør at man kan finde hoved og hale i begivenhederne. Historien vil også have en baggrund eller ramme der udgør at man kan forstå handlingerne. Cuase/effect eller på dansk årsag og effekten. Årsagen beskriver hvorfor og effekten er hvad der sker. Et kort eksempel på dette er, at det starter at regne og et individ finder en paraply frem. Regnen er årsagen effekten er at individet finder sin paraply frem. Sequence/plot kan forklares som handlingerne der gør at historien bevæger sig frem ad. Regnen i det tidligere eksempel kan altså være en del af plottet, hvis det gør at historien bevæger sig frem ad.

Det narrative kan beskrives som en "chain of events in cause-effect relationships occurring in time and space"(Lugmayr et al., 2016, p. 15711)

Det perspective kan forklares som den vinkel som vælges til at fortælle eller fremvise på historien. Det kan også være at der er fokus på en bestemt del af historien.(Lugmayr et al., 2016) Det kan være at vi skal se historien af hovedpersonens vinkel, men det kan også være at vi ser historien udefra. Der kan også være at perspektivet er rette mod det kognitive eller mod det emotionelle.

Et godt eksempel på perspektivering er på er udstillingen *En hær af beton* på Tirpitz. De beskriver selv udstillingen som:

*"Udstillingen **En hær af beton** er ikke en almindelig bunker-udstilling. Her er det ikke fakta om krigens forløb eller kanonernes konstruktion der er i forreste række. I Tirpitz møder du historien om Anden Verdenskrig i Vestjylland fortalt af de mennesker, der oplevede den."*(TIRPITZ, n.d.)

Grunden til at fremhæve denne udstillingen der er designet af Tinker imagineers er at den fremviser hvordan perspektivering af historien kan benyttes som en del af layringen af oplevelsen. I udstillingen kan man følge nogle af de mennesker der oplevede anden verdens krig igennem en lydbaseret guide hvor historierne. Hver person have hvert sit perspektiv på den samme historie og krydsede hinanden på kryds og tværs.Dette gjorde det muligt for udstillingen at fortæller om emnet fra mange forskellige vinkler og til forskellige niveauer ekspertise inden for området. Det jeg synes de især var gode til var at fremhæve forskellige sider og nuancer af det samme emne samtidig med at man som gæst følte at der var autentisk fordi at man gå mellem the real stuf eller replikationer af det. Ved at bruge personlige historier giver det gæsten en bedre kontekst til at forstå historien.



Figur 13 Billede af udstilling på Tirpitz <https://www.tinker.nl/en/work/tirpitz-museum-denmark>

Medium kan beskrives som budbringeren eller platformen(Lugmayr et al., 2016). I udstillingen ovenover er mediet hovedsageligt den lydbaseret guide. De benyttede også andre medier som projektioner af kortfilm og informative plancher til at formidle historien. Der findes mange forskellige platforme der kan benyttes fx spil, lyd og videoen.

Intercativity eller interaktivitet handler om hvordan individer kan interagere med historien. Gæsterne kan modificere eller afgøre forskellige elementer i historien, der påvirker historien. Historier kan ifølge (Laia et al., 2013) almindeligvis anses for at have en fortællingsform som består af et sæt af mindre dele af historien eller "historiebrækker". Disse "historiebrækker" skal begribes som et lille stykke af historiens handling. "historiebrækker" placeres typisk i en helt bestemt rækkefølge, der er besluttet af forfatteren (Laia et al., 2013). Forfatteren kan også lave en historie der er fleksible, hvilket gør det muligt for individer at producere alternative ordre af de samme historiebrækker, som alle formidler den samme besked eller viden (Laia et al., 2013).

Det er den fleksible historie der bruges når individer skal kunne interagere med historien. At individer kan interagere med historien betyder at de bliver mere engageret i historien (Lugmayr et al., 2016). Til at interagere med digitale historier benyttes teknikker fra Interaktionsdesign .

Hvordan kan dette så benyttes i til oplevelsescentrere. Laia et al., 2013 mener at muser bør stæbe efter *"the museum's curators also strive to maintain a mode of "respectful" interaction between visitor and exhibits, according to which the gallery should integrate harmoniously different approaches and modalities of communication."* (Laia et al., 2013, p. 541)

Bär & Boshouwers, der primært arbejder med oplevelsescentrere har udarbejdet en metode til hvordan de benytter storytelling som en del af oplevelsen på oplevelsescentrerene. Denne vil jeg kort gennemgå for at få en bedre forståelse af hvordan de tænker omkring brugen af narrative elementer i udstillinger fordi at den narrative tilgang er en af de tre tilgange i den model af deres jeg undersøger.

Bär & Boshouwers mener at oplevelsescentrere eksistensgrundlag er at skulle kunne formidle ideer, der kan omskrives til et centralt budskab. Målet er altså at få den udvalgte målgruppe til at fokusere på budskabet og gøre noget ved det (Bär & Boshouwers, 2018). Dette svarer ifølge Bär & Boshouwers til hvad kommunikations eksperter vil kalde en kommunikationsstrategi og oplevelsesdesigner kalder fortolkningsstrategi. Dette kan bruges til at bestemme hvordan historien skal perspektiveres og hvilke platforme der tages i brug. Dette kan gøres ved at skabe nogle regler fx max 100 ord per genstand.

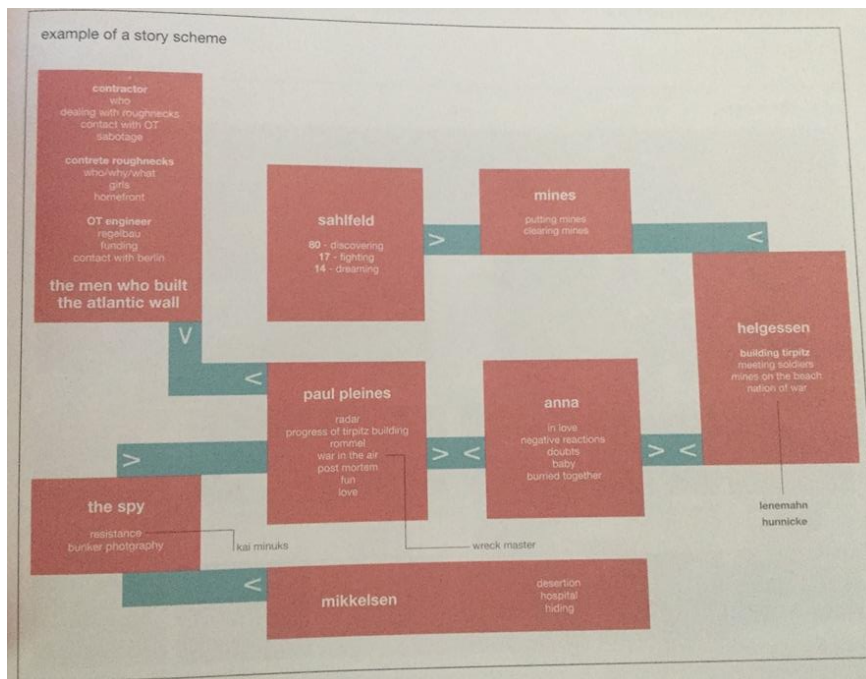
Bär & Boshouwers har lavet en fortolkningsstrategi check-liste. Nogle eksempler på listen er:

- Hvad er vores mission?
- Hvad er centeret om?
- Hvem er målgruppen?
- Hvad er hovedbudskabet?
- Hvad er hovedoplevelsen?
- Hvad er grunden / hvorfor?
- Hvad lære gæsterne og hvad laver de?
- Hvordan vil historien blive fortalt?

Disse svar bruges til at producere en række ideer og lavet til en story scheme. Det er her at budskaberne bliver lavet om til narrativt indhold. Dette viser de vigtigste punkter som gæsterne vil møde og hvordan de forskellige emner er relateret til hovedemnet eller hovedbudskabet. Det er også under dette punkt at de finder ud af hvad de har af relevante artefakter om emnet..

Det narrative indhold bliver herefter delt ind i Story-lines for alle temaerne (Bär & Boshouwers, 2018), dette kan også beskrives som kapitler eller historiebrækkerne som Laia et al. beskrev dem. Disse Story-lines sættes sammen så der er en balance mellem aktive og passive øjeblikke og så det er forståeligt hvordan de forgår i forhold til historiens tidslinje og rammen for historien.

Den næste fase hedder "*Sourcing & Cleaning*", i denne fase skal man finde hvilke artefakter der er vigtige for hver zone. Herefter undersøges og klargøres disse artefakter. Denne proces er vigtig for hvor troværdig og autentisk historien vil blive (Bär & Boshouwers, 2018), sværhedsgraden af processen bliver ifølge Bär & Boshouwers oftest undervurderet. Resultaterne fra de sidste faser er en række Story-lines der passer forskellige målgrupper og nogle bi-historier der omhandler artefakterne. Alle de forskellige Story-lines og de artefakterne sættes sammen i story scheme. Nedenstående eksempel på en story scheme er over udstillingen - En hær af beton



Figur 14 Eksempel på "story scheme" (Bär & Boshouwers, 2018, p. 219)

Alle disse elementer bliver lavet om til et "content diagram" hvilket er en plantegning der viser hvor hver af elementerne er placeret i rummene. Det er også her at der bliver lavet et script eller storyboard for alle de audiovisuelle medier. Med alle de digitale teknologier der er til rådighed, er det muligt at vise historien i mange lag og fra mange vinkler. content diagrammet kan altså sammenlignes med et Blue Print af udstillingen. Deres næste fase er produktionsfasen hvor alt medieindholdet skal fremstilles, kan det være at det fx

skal producers film på baggrund af storyboards der er blevet skabt i de tidligere faser.

Ud fra dette kan man se at de ser det narrative som oplevelsescentreres eksistensgrundlag de benytter storytelling til at formidle ideer og viden der kan sammen sættes som det de beskriver som et centralt budskab

Undersøgelse

Jeg har gennemgået deres model og samt fået en bedre forståelse for hvordan de tænker omkring brugen af narrative elementer i udstillinger. Før jeg kan beskrive hvordan naturcenteres formidling bør blive mere evocativ er jeg nødt til at undersøge hvordan fordelingen er mellem informative og evocative tilgange er i deres udstilling i dag. Jeg tror at der mest informativt altså fokus på kendsgerningerne og ikke så meget fokus på det evocative altså det med at inspirere gæsterne, men dette ved jeg ikke før jeg har undersøgt det.

Bär & Boshouwers kommer ikke med en afgrænsning af hvor de tiltænker brugen af denne model fx. om de tænker den til event management eller udelukkende til design af oplevelsescenter, de beskriver heller ikke om de tænker at den skal bruges som et design værktøj eller analyseværktøj.

For selv at afprøve deres model jeg har valgt at afprøve den til analyse af et eksisterende oplevelsescenter. Den måde jeg vil bruge den er at lave en analyse af hvor meget, ligeledes den informative del og den evocative del fylder af naturcenteret interaktioner. For at lave en analyse af naturcenterets interaktioner har jeg valgt at meddrage interaktionsdesign.

Interaktionsdesign

Jeg har valgt at tage udgangspunkt i *Spaces of Interaction, Places for Experience* af David Benyon. Jeg har valgt at tage dette udgangspunkt på grund af at han medtager den kontekst interaktionen sker i, samt hvordan konteksten påvirker interaktionen. For at forstå hans måde at tænke interaktionsdesign er vigtigt at forstå hvordan han tænker design. Benyon beskriver det som "*What is design? It's where you stand with a foot in two worlds—the world of technology and the world of people and human purposes—and you try to bring the two together.*" (Benyon, 2014, p. 2). Det er ikke altid at der er teknologier med indover, men oftest er teknologier en del af interaktionsdesign. Benyon kommer selv med et eksempel på et interaktivt system som ikke benytter teknologier "*My garden is an interactive system, because I can change it and shape it and plant flowers in it, but it responds to my actions only after months or years*" (Benyon, 2014, p. 2) Der kunne benyttes teknologier i haven fx sensorer, automatisk vandingssystemer osv. men det er ikke nødvendig for at det er et interaktivt system.

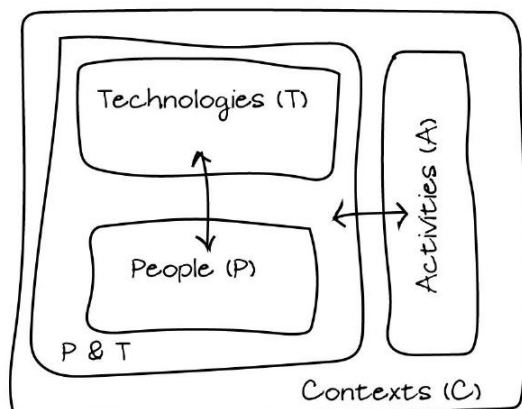
Benyon beskriver det ene sted interaktionsdesign som hvor man står med den ene fod i en verden af teknologi og i en verden af mennesker og et andet sted beskriver at det ikke er nødvendigt at der er teknologier i et interaktionsdesign. Derfor tolker jeg det som at han mener at det design handler om at passe det sammen med mennesker uanset hvad man arbejder med, uanset om det er interaktive systemer, produkter eller service. Det er også på baggrund af at han flere steder skriver "*shaping some medium to fit human purposes*". Han beskriver at mennesker har hensigter, ønsker og følelser hvorimod at interaktive systemer ikke har disse og derfor skal gives instruktioner. Jeg tror at de fleste eller alle elementerne i udstillingen som gæsterne kan interaktioner med er elektroniske, her er den menneskelige interaktion ikke medtaget, for den vil der også være.

Benyon mener, at *"Interaction design is about creating the media in which people engage with digital content - perceiving it, playing with it, consuming it, producing it, manipulating it, communicating it."* (Benyon, 2014, p. 3) Han mener altså at interaktionsdesign fokuser på hvad mennesker gør med digitale elementer.

Han påpeger at der er mange elementer der spiller ind på arkitektur fx. Social og teknologiske dette kunne være rummet størrelse det er afgørende for om rummet føles intimt eller storslået. Han pointerer at der er lige så mange elementer der spiller ind designet af et interaktivt system. Han har derfor undersøgt dette.

Benyon konceptualiserer interaktion som et forhold mellem fire elementer: mennesker, aktiviteter, kontekst og teknologier. Han benytter Akronymet PACT til at beskrive dette. PACT står for People, Activities, Contexts and Technologies. Benyon kommer med et kort eksempel, med en bedstemor der skal starte indbrudsalarmen i gangen i hendes hus (Benyon, 2014, p. 3). Bedstemoren er altså P, aktiviteten (A) er at starte alarmen og teknologien (T) er at selve alarmen. Dertil kommer konteksten (C) som er hendes gang dertil kunne der være mange andre aspekter i konteksten som om hun er alene, om det er sent og om hun er vant til at starte alarmen (Benyon, 2014).

Selve interaktionen sker mellem Teknologien og Mennesket altså mellem P og T der for er disse også sat sammen i Benyon model. PACT på minder designeren om at individet eller gæsten altid har nogle omgivelser der påvirker interaktionen samtidig, påmindet den også om at brugen eller gæsten hele tiden prøver at gøre noget. Individet er altså altid i gang med en aktivitet.



Figur 15 PACT illustreret (Benyon, 2014, p. 4)

Derfor er figuren oven over også en forsimpeling for virkeligheden er der flere PACT's der vil forgå på samme tid for det enkelte individ og i grupper. Det er derfor mere komplekst end figuren oven over viser. Derfor har Benyon også lavet en figur der viser hvordan det mere realistisk ser ud for et enkelt individ (Benyon, 2014).

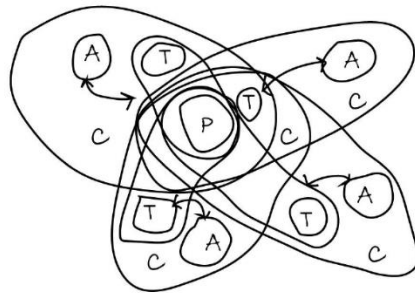


Figure 1.2: Multiple Pacts.

Figur 16 PACTs (Benyon, 2014, p. 5)

Benyon udtaler *"Designers will move rapidly between focusing on details and focusing on the bigger picture. They will focus on momentary interactions and on interactions over time."* (Benyon, 2014, p. 6). Dette forstår jeg som at designerne skal have styr på de enkelte dele af en PACT's, den enkelte PACT som helhed, men også hvordan de forskellige PACT's på virker hinanden. Jeg forstår det også som at det ikke er nok for en designer kun at fokusere på forholdet mellem P og T, da de påvirkes af og i det større billede.

I tidligere afsnit ([Hvorfor Oplevelser?](#)) er vi også kommet ind på individers forskelligheder. Benyon skriver at *"By coming up with a particular design, designers create tasks for people."* (Benyon, 2014, p. 7). Her kommer han også ind på individers forskellighed, fx. er en opgave svære for nogle end den er for andre.

Interaktionsdesign handler om at se på de enkelte interaktioner som Micro-interaktioner, men det kan også være at man ser på forskellige interaktioner over en periode. Customer Journey kunne være en måde at se interaktionerne over en periode samt over forskellige enheder. En hjemmeside har mange interaktioner fx. over flere sider. Her ville man kunne vælge at se på hver enkelt interaktion eller interaktionerne sammenhængende.

Jeg kunne se på hver enkelt interaktion hos hver af de enkelte "touch point" i udstillingen hos Lille Vildmose Centeret. Jeg vil også kunne vælge at se på interaktionerne sammenhængende evt. i den rækkefølge gæsten/brugen kommer til de enkelte touch point. På den måde vil fokuset altså ikke kun være på de enkelte mikrointeraktioner, men også den overordnede interaktion med udstillingen. Det er vigtigt at det hele bliver til en kohærent oplevelse og ikke kun enkelt isolerede elementer.

Designer kan vælge at have fokuset på P og T delen af PACT, altså på user-interfacet. Ved interface er den overordnede æstetik og udseendet vigtig at huske på også fordi det påvirker den overordnede oplevelse. Netop denne om designet af interface dækker Benyon ikke ret meget i denne bog, da fokuset

har været på konteksten for interaktionerne. Jeg har derfor valgt at supplere med *Interaction design* (2002) af Rogers, Sharp og Preece senere i afsnittet.

Som tidligere beskrevet er det ikke nok at designeren har fokusset på samspillet mellem P og T ifølge Benyon hvilket han fremhæver i følgende citat *"People are surrounded all the time by media (contexts and technologies) and those media allow us to extend ourselves (to perceive or to act) in various directions."*(Benyon, 2014, p. 15).

Der vil altid være en kontekst til enhver menneskelig handling og vores tid er teknologien altid lige ved hånden, de fleste har en smartphone, eller et ur der måler antal skridt osv. Derudover er der teknologierne i vores omgivelser der påvirkes af os og påvirker omverden omkring os. Sensoren der registrerer om der er mennesker ved et trafik kryds og justere lysene i forhold til det. Lysene er signaler der påvirker individerne ved krydset. Derfor er det vigtigt at have konteksten med når man designer eller analyser.

Det er derfor vigtigt at man tænker over at mennesker integrerer med andre mennesker og teknologier over forskellige enheder. Men som med mit eksempel med lyskrydset er det vigtigt at tænke på at det ikke kun er personer der påvirker interaktionen, men at interaktionen også kan påvirke personer om de må køre eller ej. Benyon forklare det som *"recognizing that interactive products and services do not just exist in the world, they affect who we are."*(Benyon, 2014, p. 8). I et oplevelsesrum kan der også være elementer der påvirker menneskerne et eksempel kan være at en prøver noget VR og bliver svimmel af det og derfor ikke for så meget ud af resten, et andet eksempel kan være hvis der er en indgang et sted og udgang et andet sted, vil det oftest vises ved hjælp af fx lys der viser at nu er det okay at gå ind. Hvis der ikke var denne form for hjælpemidler, ville brugen enten stå og vente længer end nødvendigt eller gå ind for tidligt – hvilket jo kan være en gene for de andre gæster.

"People are always in a place and it does not make sense to talk about people without talking about the places and what they are doing there." (Benyon, 2014, p. 30). Benyon mener altså ikke at det giver mening at tale om mennesket uden at tale om det sted de befinder sig og hvad de gør. I min analyse vil jeg undersøge om modellen af Bär og Boshouwers kan bruges på et naturcenter, derfor ville det ikke give mening hvis jeg ikke brugte et naturcenter til at give konteksten. Derudover vil det ikke give mening at analysere om et element af udstillingen er informativt eller evocativt uden at se på konteksten hvis vi tager afsæt i Benyon teori.

Benyon beskriver følgende steder: Det Fysiske rum, det Digitale rum, det informative rum, Det Konceptuelle rum, Det Sociale rum, Navigerende rum og det Blandede rum. Disse rum gennemgås.

Det fysiske rum omhandler samspillet mellem mennesker, der befolker rummet – altså opholder sig i rummet og objekterne i rummet kan resultere i en række fortolkninger af dette rum. Det omhandler altså alt det fysiske håndgribelige. Dette kunne være en persons GPS-position eller en gæsts placering i forhold til

udstillingens sensorer. Det er også stedet eller rummets sansemæssige påvirkning fx. Hvilken farve, tekstur, stil det har. Det fysiske rum indeholder det komplekse forhold mellem de udvalgte og placerede objekter, galleriets rum og museet som helhed. Relationerne mellem artefakterne altså, hvor tæt eller langt objekterne er fra hinanden og retningen de ligger i. Det fysiske rum fokuserer på dets struktur, rummets dynamik og menneskene i rummet (Benyon, 2014).

Et sted/ rum kan være inde i andre rum alt efter hvilket niveau af abstraktion man ser det fra. En udstilling kan være et rum men det kan også være et delelement hvis man ser på museet som rummet (Benyon, 2014).

I denne digitale tid forstærkes det fysiske rum oftest med teknologier det digitale rum.

Det digitale rum, bliver også kaldet cyberspace. Det er her det digitale og ikke det fysiske vi snakker om, men det digitale kan ikke stå alene det er kan ikke eksistere uden det fysiske rum. *"Digital space is the space of bits rather than atoms."* (Benyon, 2014, p. 37) . Det digitale rum er de virtuelle ting som databaser, internettet, elektroniske bøger, film og videoer og alle digitale ting.

Det digitale rum handler om, hvordan digitale enheder kommunikerer og interagerer og om den digitale infrastruktur. Benyon pointer at forstå teknologiens egenskaber og hvordan de kan interagere med hinanden og med mennesker er begyndelsen på at designe et digitalt rum (Benyon, 2014).

Som tidligere nævnt vil nogle teknologier vil blive båret af mennesker, andre vil være i det fysiske miljø. Nogle vil kun kommunikere over korte afstande, mens andre kommunikerer over store afstande. Nogle vil interagere ved fysisk kontakt andre ved sensorer fx gestusbaseret eller afstand. Det er derfor vigtigt at være opmærksom på placering af denne type interaktioner der benytter sig af sensorer. Det kan være en gene hvis sensorerne hele tiden bliver aktiveret uden grund eller hvis de ikke reagerer på brugeren som tiltænkt, på grund af dårlig placering, det kunne være at solen påvirker sensorerne eller andet.

Omgivelser bruger digitale teknologier, der fornemmer bestemt inputs og aktiverer funktioner, bliver stadig mere almindelige. Her er der igen er forskellige niveauer af abstraktion man kan overveje som designer fx. At fokuserer en enhed eller på samspillet mellem en gruppe af enheder.

Ifølge Benyon er der to bestemte typer digitale rum, der kan betragtes som virtuelle verdener/ miljøer. Den første er hvor man benytter en avatar i et grafisk miljø og er i stand til at interagere med indhold og med andre avatarer der også repræsenterer andre mennesker. Dette er den type verdener der oftest forbindes med computerspil. Den anden er det man kalder virtuelt reality. Hvor brugen bruger et hovedmonteret display (HMD), der sporer bevægelsen af hovedet og viser billeder - som regel grafisk, der passer med den relevante hovedbevægelse. Et af de vigtige aspekter af virtuelle verdener er, at der er en følelse af det virtuelle rum og en følelse af at man faktisk bevæge sig gennem rummet.

Man kan beskrive det digitale rum i form af de objekter, der findes, fysisk og konceptuelt, og se på forholdet mellem disse objekter - hvordan de er konfigureret og indbyrdes forbundne.

Informationsrummet ligger ifølge Benyon forholdet mellem P og T på den ene side samt mellem "P&T" og A på den anden side i PACT dette illustreres på figuren nedenunder dette afsnit (Benyon, 2014). Informationsrum skabes ofte udtrykkelig for at give visse data og visse funktioner gøre en aktivitet letter at forstå. Hvis vi tager eksemplet med tyverialarmen igen, så kunne der skabes en guide/manual der beskriver hvordan alarmen slås til og fra. Guiden/manualen ville være et information artifact (IA) til gøre aktiviteten nemmer at forstå.

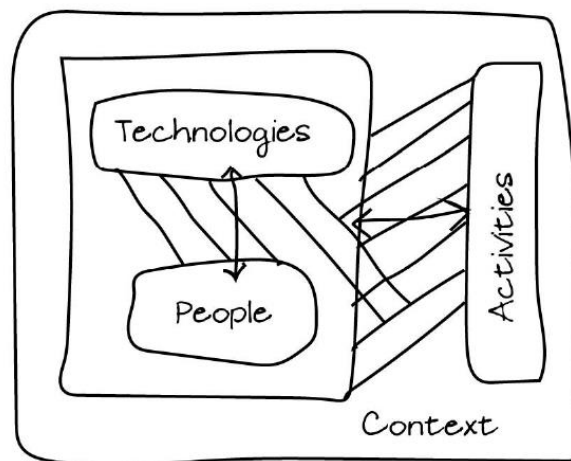


Figure 5.1: Locating the information space in Pact.

Figur 17 Placeringen af informationsrummet i PACT (Benyon, 2014, p. 45)

Information artifact er ethvert objekt, som folk kan benytte til at hjælpe dem med at forstå noget eller for at nå et mål i deres aktivitetsrum. Information artifact består af noget informationsindhold og nogle tegn, der repræsenterer det indhold og/eller måder at manipulere det indhold på. Disse tegn kan ifølge Benyon være ord, ikoner, grupper af tegn, farver, lyde, vibrationer og så videre. Brugere vil forstå meningen tegnene ved at forbinde tegnene med koder og sammenhænge, betegnelser, associationer og begrundelse for, ud fra deres tidligere erfaringer.

Flere af disse eksempler han kladder tegn ville jeg ikke beskrive som tegn, men jeg forstå hvorfor han kalder dem det, farver har forskellige betydninger fx. rød kan betyde stop jeg har dog svært ved at se lyde og vibrationer som tegn. Selv om at vibrationer kan bruges som feedback. Det med hvordan brugerne forstår mening ved at sammensætte tegnene kommer Benyou med et eksempel på hvor han tager udgangspunkt i billedet nedenunder af IA på vejruddsigts APP, han eksempel er at brugerne kan se at det bliver solrigt ved 4-tiden om eftermiddagen den dag. Et andet eksempel med udgangspunkt i samme billede ville være at man kan se at torsdag vil det regne og temperaturen vil være ca.

18 grader. Dette ses ud fra at tegnet med en lille regnsky er neden under torsdag, samt derunder stå der temperaturen.



Figure 5.3: An Information Artefact weather app.

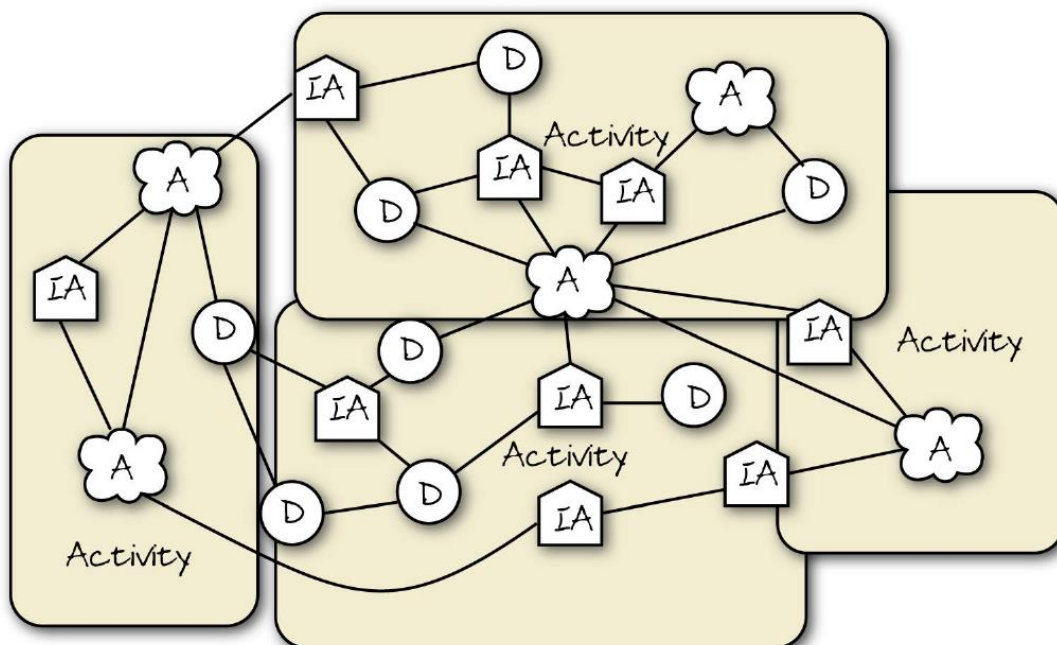
Figur 18 IA eksempel vejr APP (Benyon, 2014, p. 47)

Det mest allestedsnærværende informationsrum i dag er nok smartphone apps (Benyon, 2014). Det er fordi at det er muligt samle information om aktiviteten og organisere og præsentere det som en app er relativt let tilgængeligt i dag. Ifølge Benyon har designere brug for at forstå, hvordan man organiserer og strukturerer Information artifact for at skabe et forståeligt og brugbart informationsrum (Benyon, 2014).

Foruden Information artifact snakker Benyon om agenter og enheder i informationsrummet. Agenter er målbevidst og proaktive. Nogle eksempler på agenter som Benyou kommer med er stavekontrol og vækkeure. Hvis vi tager og kigger på stavekontrollen, så er den proaktiv fordi vi aktiverer den ikke, den er aktiv og viser os når den tror vi har skrevet forkert eller den ikke genkender et ord.

Enheder er objekter, der ikke beskæftiger sig med at informere. Enheder leverer simple funktioner, gemmer data, sender data fra et sted til et andet, eller bruges til at vise data. Eksempler på enheder er fx. ting som knapper, switche, netværksforbindelser og skærme. Man kan altså sige at enhederne overfører eller oversætter tegn uden at beskæftige sig med betydninger

Folk flytter sig på tværs af og mellem agenterne, information artifact og enheder for at kunne udføre deres aktiviteter. Dette illustreres på figuren neden under, hvor Agenter (A), information artifact (IA) og enhederne (D).



Figur 19 Sammenhængen mellem flere informationsrum og aktiviteter (Benyon, 2014, p. 52)

Der er tit at der er flere informationsartefakter der er beslægtet/ hænger sammen men leveret på forskellige platforme eller medier alt efter deres anvendelse, derfor har de ikke samme form eller struktur. (Benyon, 2014) kommer med et eksempel angående transport. En rejseplan eller billet vil skulle passe til at være trykt eller passe på en APP, hvorimod skærmene på stationerne har et andet format. De hænger sammen men deres format er forskellige og tilpasset, den måde de hænger samme, er deres data, som rettes på basis af hvordan fx. togene køre. En printet billet ajourføres dog ikke.

Det Konceptuelle rum handler om brugen forstår hvilke muligheder der er for handling i et rum, det er derfor vigtigt at designeren ved hvordan man klassificerer og kategoriserer ting på en fornuftig måde for brugeren.

"Designers need to look at how people conceptualize their media and try to design so that people can understand what interactions are possible and how they can have the best UX." (Benyon, 2014, p. 53).

Det konceptuelle rum omhandler hvordan folk ser på en teknologi som præsentation og at det skal være let at forstå for dem hvad der sker hvis man fx trykkere på knap X så sker Y osv...

Det social rum handler om opmærksomhed på andre gæster, om rummet er delt eller privat. Derudover handler det om samspillet mellem mennesker og hvordan mennesker skifter mellem rum for at få adgang til det digitale- eller fysiske- rum (Benyon, 2014). "Social spaces are about the changing nature of

engagement as we move through the narrative and physicality of experiences."(Benyon, 2014, p. 68). Mennesker opfører sig anderledes i grupper end når de er for dem selv, fordi de kan påtage sig gruppens mentalitet eller en rolle i gruppen(Benyon, 2014).

Mennesker er opmærksomme på andre mennesker og artefakter eller oplevelses elementer, de taler om det der er en delt kontekst. Den social interaktion begynder med evnen til at kommunikere ved at udtrykke vores tanker og følelser gennem forskellige medier. Der er mange måde at kommunikere, dette kunne være gennem verbal kommunikation eller ved brugen af tegn, symboler, billeder og skriftsprog. Det er også muligt at benytte sig af ikke-verbal kommunikation, der finder sted gennem kropsbevægelse, bevægelser, kropsholdning, ansigtsudtryk og prosodi (tone, rytme og tonehøjde).

Nu findes der også mange forskellige sociale medier, der eksisterer for at give nye måder at kommunikere og nye måder at folk kan præsentere sig for venner og kollegaer på. Det er stadig normalt at finde ud af den fælles kontekst fx når man snakker over mobilen. Ifølge Benyon er det derfor at man mobilsamtaler starter ofte med "Hej. Hvor er du?"(Benyon, 2014). At starte en samtale med hvor er du? virker for mig ret uvant, men at man starter med at spørge om forstyrre jeg anser jeg som normalt. Dette er også en måde at finde en fælles kontekst.

Nu findes der også flere teknologier der kan skabe følelsen af social tilstedeværelse for dem der er langt fra hinanden, videosamtaler er et eksempel.

Designere skal ifølge Benyon overveje den sociale side af de fysiske rum, de designer, og den iboende sociale natur interaktionsdesign(Benyon, 2014). Et eksempel på dette fra bogen, er at mennesker i et relativt lille fysisk rum kan folk se og høre hinanden, men i et større rum kan det være at der skal hjælpe midler til at hjælpe med at kommunikere med hinanden, dette kunne være en tavle det gør at alle kan se og de kan henvise til.

Bogen kommer ikke nok omkring hvad det er der skal til for at et interface er designet godt for brugerne, der for har jeg også at inkludere Rogers, Sharp og Preece's designprincipper. Det er for at have fokus på hvordan T skal designes for at det giver bedst mening for P. Jeg har derfor valgt Rogers, Sharp og Preece's designprincipper fordi, at de er gode til at beskrive vigtigheden af et brugervenligt design og desuden kommer de også med en række designprincipper for, hvordan man laver et interaktionsdesign i bogen. Denne liste af designprincipper kommer fra en blanding af teoribaseret viden, erfaring og den "sund fornuft" (Rogers, Sharp, & Preece, 2002).

Deres designprincipper er ifølge dem ikke et kodeks men mere en huskeliste for, hvad der virker. Rogers, Sharp og Preece beskriver designprincipperne som en liste med do's and don'ts i nedenstående citat.

" Design principles are derived from a mix of theory-based knowledge, experience, and common sense. They tend to be written in a prescriptive manner, suggesting to designers what to provide and what to avoid at the interface-

if you like, the do's and don'ts of interaction design.”(Rogers et al., 2002 s. 21)

Jeg ser deres designprincipper som et godt udgangspunkt til at undersøge, hvor interaktivt et oplevelsescenter, der har fokus på natur er. Hvis vi skal starte med ulemper ved denne teori i forhold til mit formål, så er det, at den for det meste bruges til at se på UX af enkelte elementer fx. en hjemmeside eller en APP. Jeg vil bruge den til at se på et oplevelsescenter/oplevelsesrum, hvis mål er at skabe en altomfattende totaloplevelse. Dette er meget forskelligt fra den måde teorien normalt bruges, men der er ikke nogen af designprincipperne på liste, der gør, at den ikke kan benyttes på denne måde. Derudover indeholder teorien heller ikke noget om, om et element er informerende eller inspirerende, lige som den ikke har noget storytelling. Den største ulempe er dog at den er beregnet til interface/brugerflade, derfor er den skabt ud fra, at den skal bruges til noget, der er interaktivt samt digitalt. Benyon beskriver at det ikke er alle interaktioner der er digitale, han beskriver en interaktion som noget der reagerer på et input. Som eksempelvis en have, den reagerer på vanding, gødning og beskæringer det tager dog meget længer tid end de digitale interaktioner, der sædvanligvis reagerer på inputtet i løbet af få sekunder. Det kan være at det ikke er alle centerets interaktioner der er digitale eller har et digitalt interface i form af en skærm.

Fordi det ikke er sikkert at alle deres elementer indeholder den form for interface som denne teori er beregnet til, kan det være at jeg er nødt til benytte den på en anden måde end den er beregnet. Den måde jeg vil bruge teorien på, er til at se på de enkelte digitale "touch point" i oplevelsesrummet, og herefter se på udstillingens opdeling mere overordnet efterfølgende. Dette vil jeg komme mere ind i afsnittet [Dataindsamling](#).

Fordi at jeg bruger denne teori uden for interfaces bestående kun af skærme, er det ikke alle af deres designprincipper der kommer til at være lige relevante. Dette vil jeg komme mere ind på efter gennemgangen af designprincipperne.

Hvis vi ser på deres designprincipper, har de overskrifterne: *visibility, feedback, constraints, mapping, consistency, affordances og simplicity* (Rogers et al., 2002)

Visibility omhandler vigtigheden af at funktioner er synlige. Jo tydeligere brugerfladens eller interfacets funktioner er desto, nemmer det for brugerne at forstå og begå sig på fx. hjemmesiden eller interfacet af oplevelseselementet. Hvis funktioner ikke er synlige, kan det være til gene og være frustrerende for brugeren (Rogers et al., 2002, p. 21). I et oplevelsescenter, vil denne frustration føre til at gæsten ikke får de ønskede informationer, og/eller vrede/frustrerede gæster.

Frustrationen kan også opstå ved, at gæsterne ikke forstår brugen af interfacet og derfor kommer til at bruge nogle forkerte funktioner på enheden. Det er derfor betydningsfuldt for brugeren, at de får **Feedback**. Feedback der kan kommunikere tilbage til brugeren, omhandlende handling, der er foretaget eller hvorfor handlingen ikke kunne udføres. Der findes mange former typer af feedback. Det kan være på en hjemmeside, hvor man søger efter et ord som

ikke findes på siden eller det kan være, at der kommer en lyd og at der står ingen resultater fundet. Der findes utal af andre former for feedback og disse kan være auditive, taktile, verbale, visuelle eller kombinationer af dem. (Rogers et al., 2002, p. 21)

Hvis vi ser på eksemplet med søgningen, er det en kombination af visuelle (teksten) og auditiv (lyden).

Problemet med, at brugeren ikke kan finde funktionen, kan også være fordi at **Mapping** af interfacet ikke er som forventet. Mapping omhandler positionering af fx. knapper. (Rogers et al., 2002, p. 21). Et eksempel på dette er piletasterne, hvis man forestiller sig, at de sidder omvendt, ville det være frustrerende. Ifølge Rogers, Sharp og Preece følger Positionering af knapper og lignende en fælles konvention (Rogers et al., 2002, p. 23). Dette kan forstås som, at der er en fælles norm og forståelse for, hvor knapperne er placeret.

Dette kan også beskrives som, at der er en konsistent måde at opsætte fx. hjemmesider på. Fx er søgefeltet som oftest i toppe af højere side eller i midten på de fleste hjemmesider. **Consistency** er også deres næste designprincip, som omhandler, at brugerflade skal være konsistent (Rogers et al., 2002, p. 24). Dette betyder at brugerfladens elementer bør være ens hele vejen igennem – altså at de ikke skifter form eller betydning.

Det gør blandt andet, at brugerne kan lære, hvordan brugerfladen fungerer og ved at lære mønsteret blive hurtigere, mere akkurat til at interagere med brugerfladen samt at det bliver, nemmer for brugerne. Hvorimod hvis elementerne ikke er konsistente, vil det være svære for brugeren navigere i brugerfladen, hvilket kunne frustrere brugeren.

Affordance beskriver, hvordan et element rent visuelt skal fortælle brugeren, hvordan det skal benyttes. Elementet skal altså give hints til, hvordan det skal anvendes- Dette kunne være en scrollbar, der giver en ledetråd om, at den kan gå op/ned eller mod siderne (Rogers et al., 2002, p. 25).

Det sidste designprincip er **Simplicity**. Det handler i bund og grund om, at det skal være simpelt og om alle elementerne er vigtige/relevante hvis de ikke er det skal de fjernes.

Et interface kan virke forivrende, hvis der er for mange muligheder, da det gør det svære for brugeren, at finde det de leder efter (Rogers et al., 2002). Der for kan man sige, at *"Less is more"* er en god huskeregel når man lave et interface. Rogers, Sharp og Preece forslår derfor også, at man gennemgår interfacet og fjerne unødige funktioner og designelementer (Rogers, Sharp, & Preece, 2002). Ved at simplificerer designet bliver det også nemmer for brugen og der er dermed mindre chance for at de bliver forvirret (Rogers et al., 2002). Ved at fjerne muligheder, bliver chancen for at brugeren kommer til at trykke forkert ligeledes mindre. For at tydeliggør hvilke elementer, det kan være, kan det være unødvendige ikoner, knapper, bokse, linjer, grafik m.m. og de funktioner, der ligger bag.

Jo simplere interfacet eller brugerfladen er at overskue, jo nemmer er det for brugen at naviger rundt på og få den ønskede viden. Det er endvidere vigtigt, at

der er noget grafik til at skabe en æstetisk tiltrækning, eller som Rogers, Sharp og Preece beskriver det, det handler om at skabe en balance mellem æstetisk *appeal* og den rette slags og mængde af information pr. side (Rogers et al., 2002, p. 27).

Som tidligere nævnt er disse designprincipper skabt på baggrund af teoribaseret viden, erfaring og den logiske sans. Derfor virker alle designprincipperne også logiske. Den gang de designprincipper blev skabt, var teknologierne som AR og VR ikke så udbredte, som de er i dag. Derfor vil jeg dog stadig mene, at designprincipperne stadig fungerer som en god huskeliste for designer.

Visibility er mindst lige så relevant ved interfaces i et oplevelsesrum da det er vigtigt at gæsten ved hvilke muligheder de har. Feedback er også relevant da uden dette ved gæsten ikke om det de fortager sig, er det rigtige. Mapping giver også god mening fordi at hvis det ikke ligner noget gæsten kender eller det ikke er tydeligt hvad de skal er det en gene. Consistency vil jeg argumenter er den mindst benytte i oplevelsesrummet, fordi at de enkelte interfaces fra centerets aktiviteter kan være opsat forskelligt, dette betyder ikke at de enkelte interfaces, hver især ikke bør være ens hele vejen igennem. Affordance er nok den mest relevante fordi den handler hvordan aktiviteten visuelt skal forklare gæsterne hvordan de kan bruge aktiviteten inden brug. Dette gør at gæsterne nemmer kan se om aktiviteten er noget for dem eller de heller vil bruge tiden på noget andet. Simplicity giver også fin mening i et oplevelsesrum da det handler om at gøre det simpelt, hvilket kan gøre at det nemmer for gæsterne at finde rundt i interfacene.

For at kunne benytte denne teori til at undersøge det der er i fokus for denne opgave, er jeg nødt til at tilføje et punkt, der beskriver om interaktionen er informativ eller evocativ. Hertil kommer udfordringen med, at et oplevelsesrum ikke kun har en brugerflade, men flere brugerflader, hvor flere af dem godt kan interagere med gæsterne på en gang.

Dataindsamling

Udgangspunktet har jeg valgt at tage i Heuristic evaluation. En evaluerings metode, hvor eksperter bruger en liste af usability principper, dette kaldes også heuristic, til at evaluere brugerinterfaces som menuer, dialog-bokse og navigations strukturen er i overensstemmelse med gennemprøvede principper. De originale heuristics er blevet identificeret af Nielsen og hans kollegaerne på baggrund af en analyse af 249 usability problemer.

I dag udformer forskere typisk deres egne heuristics ud fra den generelle heuristic, dette gøres for at kunne lave en bedre undersøgelse af den specifikke kategori. Den måde de gør det, er ved at blande den med andre design guides og prøvede principper inden for det valgte forskningsområde, samt relevant forskning. Rogers, Sharp og Preece beskriver denne evalueringsmåde som "*An evaluation method in which one or more people with usability expertise and knowledge of the user population review a product looking for potential problems*" (Rogers et al., 2011, p. 449).

Det jeg kigger efter, er ikke et decideret problem, men mere forholdet mellem informative og evokative elementer i udstillingen og om det kan optimeres så helhedsoplevelsen bliver forbedret. For at kunne gøre det har jeg valgt at heuristic i dette projekt skal tage udgangspunkt i og Albert Boswijk, Thomas Thijssen og Ed Pedersen liste med, hvad de anser, at en oplevelse bør indeholde for at være meningsfuld.

Det er ikke alle af deres punkter jeg vil have fokus på i undersøgelsen, jeg vil ikke se på om der er en forøget fokus og koncentration eller om de enkelte delelementer påvirker gæstens tidsfornemmelse. Det er min holdning at ved dette center er det helhedsoplevelsen der kan påvirke tidsfornemmelsen for gæsterne og ikke de enkelte elementer – jeg vil ikke udelukke at de enkelte elementer kan påvirke gæstens tidsfornemmelse. Derudover vil denne ikke være en brugbar metode til at undersøge brugene eller gæsternes holdninger. Af samme over sag undersøger jeg ikke om *"Processen er unik for personen og har en egenverdi"*. Om gæsterne synes at udfordringerne passer til deres kompetencer er også svær at undersøge uden bruger inddragelse, jeg vil prøve at se på om aktiviteterne er let forståelige for gæsterne. Det som Benyon klader for Information artifact, altså et objekt der hjælper brugen med at forstå og udføre aktiviteten (Benyon, 2014). Det er dog min holdning at hvis selve brugerinterfacet er designet godt er det ikke nødvendigt at have en Information artifact. Til at undersøge aktiviteterne vil jeg også benytte designprincipperne af Rogers, Sharp og Preece visibility, feedback, constraints, mapping, consistency, affordances og simplicity (Rogers et al., 2002), disse er mest til aktiviteternes interface.

Det er også vigtigt at have konteksten med i overvejelsen om hvordan de forskellige aktiviteter spiller sammen. Hvordan de forskellige elementer påvirkes af konteksten, er svært at undersøge, men jeg vil observere det og efter undersøgelsen vil jeg prøve at tænke over hvordan elementerne påvirker hinanden. Med i konteksten er også de andre gæster, om der fx. Er "flaskehalse" hvor man skal vente på andre. Samspillet mellem Informativ og Evokative vil jeg gøre på samme måde.

Jeg vil undersøge om aktiviteterne:

1. Påvirke alle sanserne
2. Påvirker følelsesmæssigt
3. Der er kontakt til den rigtige ting
4. At det er føles af leg (flow)
5. Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting
6. Klart mål med aktiviteterne
 - a. Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet (Visibility og Affordance fra Rogers, Sharp og Preece)
 - b. Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?
 - c. Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

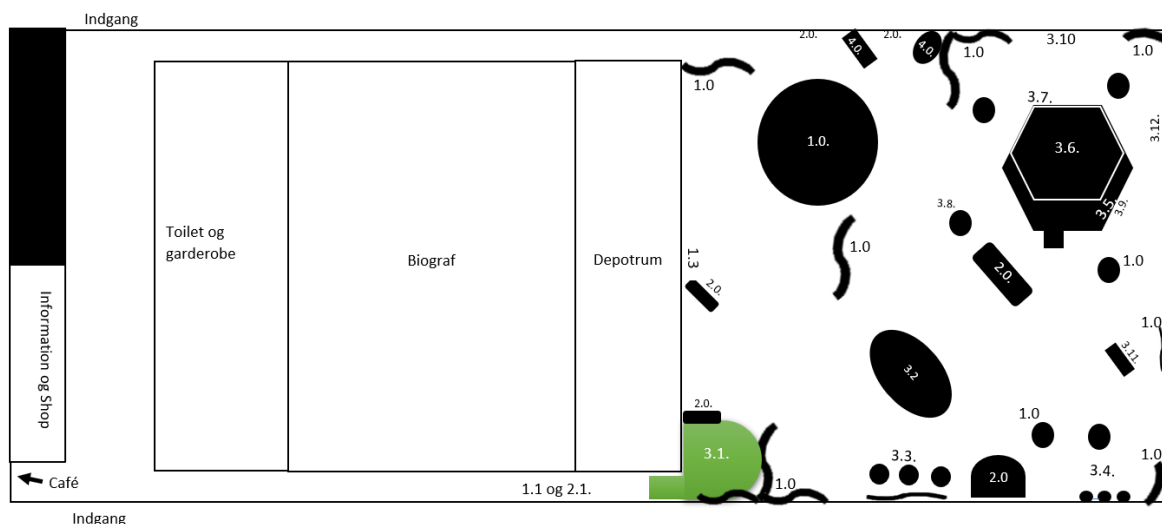
Derudover vil jeg holde øje med hvordan de benytter sig af det narrative i deres formidling. Når jeg kommer hjem fra undersøgelsen, vil jeg lave det om til et

kort over udstillingen der beskriver hvordan de enkelte aktiviteter spiller sammen med hinanden og om de enkelte områder er Informativ og Evokative efter min mening.

Dataen fra min undersøgelse kan ses i Bilag [Data fra undersøgelse](#).

Resultater af undersøgelsen

Efter at have kigget på de enkelte delelementer i udstillingen, har jeg lavet en skitse af, hvordan udstillingen ser ud. Det har ikke været muligt at få et kort over udstillingen eller dimissionerne på rummet. Jeg har derfor prøvet at lave et oversigtskort ud fra billeder af udstillingen og derfor har elementerne ikke de rigtige dimissioner på oversigtskortet. For overskuelighedens skyld har jeg ikke indsat alle udstillingens elementer. Jeg har fx. fravalgt de fleste af udstillingens artefakter, som er markeret med 4.0. på kortet og nogle af de udstoppede dyr, der er markeret med 2.0., her har jeg især fravalgt de dyr, der sidder så højt og uden for gæstens rækkevidde. Derudover er der også fravalgt de udstoppede dyr, der står ovenpå 3.1. - disse er fravalgt for at gøre oversigtskortet mere overskueligt. Disse dyr er dog noget af det første gæsterne ser i udstillingen. På kortet viser 1.X. udstillingens informations-tavler og 3.X. viser udstillingens interaktive-elementer.



Figur 20 Oversigtskort over udstillingens elementer

De fleste gæster kommer ind fra den nederste indgang, som det ser ud lige nu, da parkeringspladsen er i den side¹. Når de så har fået informationer og hvis de køber billet, kan de starte med at se områderne udenfor eller gå ind og se udstillingen. De fleste gæster, der ser udstillingen, starter med at gå ind af den nederste gang og forbi biografen og informationerne om mosens vision, mål og plan (1.1.). Disse informationer er desværre forældede, hvilket opdages af nogle enkelte af gæsterne, som bliver forvirrede over det, men de fleste gæster opdager ikke at informationerne ikke passer overens med virkeligheden. Der er desværre flere steder hvor man som gæst kan se, at det er blevet forældet. Jeg

¹ De arbejder på at flytte parkeringspladsen om på den anden side.

ved også, at der er flere fejl i udstillingen, der har været der i flere år. Det er ikke et godt signal at sende, at de samme elementer ikke virker, når gæsterne kommer på besøg igen. For mig signalerer det, at tingene ikke bliver vedligeholdt. Her snakker jeg om, at den ene af kikkerterne (3.5.) ikke virker. Det samme kan sige Udstillingen diktere ikke, at gæsterne skal følge en bestemt rute for formidle den viden centret har tænkt, i en bestemt rækkefølge. S om skærmen på informationsvæggen om mosens kødædende ²[OBJ], fordi når man læser på den og kommer til side 7, så skifter den

Der er ikke en bestemt vej, at gæsterne skal gå eller en bestemt vej, der giver viden i en bestemt rækkefølge. Gæsterne bestemmer selv, hvilken vej de går i udstillingen alt efter, hvad de synes er mest interessant. De fleste af gæsterne starter med at gå igennem punkt 3.1. (følelsen af at gå på mosen) og se på tingene der omkring heriblandt animationen af mosens skabelse (1.3.). Inden gæsterne typisk går videre til udstillingens oversigtskort over området (3.2.) og herefter til 3.3. (vildt kameraerne) og derefter er det forskelligt, hvilken vej de går. Der er også andre gæster, der starter med at gå op langs muren ved 1.3. og så til cirklen med informationer om tørvegravningen³, som det første.

Centeret benytter sig af et eventyr omkring *"Trolden Vildma og hendes venner"* som grundlaget for deres narrative tilgang i deres formidling. Jeg synes dog ikke, at de kommer så godt omkring at benytte det i deres formidling, fx. er der ingen introduktion til trolden Vildma med mindre, at man læser bogen *"Lille Vildma fra Vildmosen"*, der består af 20 fortællinger om Vildma og andre trolde i Lille Vildmosen.

Dette gør, at gæsterne ser en lille grøn trolde, men uden at vide hvorfor den er der. Lille Vildma er også maskotten for Centeret. Lige nu bruges maskotten mere til at titte frem og sige nogle fakta eller spørge om noget men uden at benytte en narrativ tilgang. Jeg synes, at der bør være en introduktion til, hvem Vildma er og hvorfor lige præcis hun er deres maskot. Der var flere steder, hvor de kunne have benyttet storytelling bedre. Der var flere steder, hvor Vildma kunne fortælle historier eller lignende.

Årsagen, til at jeg har lavet et kort, er for nemmere at kunne se, hvordan de enkelte mikrointeraktioner spiller sammen i en overordnet interaktion og hvordan de påvirker hinanden. Alle elementerne spiller sammen for at give konteksten og den kohærent oplevelse. Hvis man starter med at se på, hvordan de enkelte interaktioner spiller sammen i det, som Benyon kalder Det Fysiske Rum (Benyon, 2014). Det fysiske rum handler som tidligere nævnt om samspillet mellem gæsterne og objekterne i rummet. Der er flere af elementerne i udstillingen, der bruger lyde. I næsten alle informationsvæggene er der en lille skærm, men det er ikke dem alle, der er udstyret med højtalere. Lyden kan få rummet til at virke "levende" og aktivt, men når der er mange gæster, kan det også være forstyrrende med så mange forskellige lyde. Centeret benytter ikke

² Placeret nede i højre hjørne mod Natur Værkstedet

³ Den store cirkel midt øverst i rummet.

sensorer, der holder øje med, hvor gæsterne er i forhold til enkelte aktiviteter. Udstillingen har et design, der indeholder mange billeder af natur og nogle enkelte områder er fremhævet med orange til at give noget kontrast til rummets eller meget grønne og blå farver.

De mere interaktive aktiviteter er især samlet oppe omkring træhytten, der indeholder ørnesimulatoren. Det er også især rundt om denne, at gæsterne ofte står mere koncentreret, men dette kan skyldes flere ting. Det kan være, at de synes, det er mere interessant og derfor hovedsagelig er der. Det kan også være, at disse aktiver tager mere tid end at se på informationsvæggene, de udstoppede dyr og genstandene. Det kan desuden være, at lige præcis der, er der et knudepunkt for gæsternes forskellige veje i udstillingen.

Det digitale rum kan man beskrive i form af de objekter, der findes fysisk og konceptuelt og se på forholdet mellem disse objekter - hvordan de er konfigureret og indbyrdes forbundne. Den måde, centeret har benyttet teknologier og digitale elementer i deres formidling, kan virke lidt gammeldags. De benytter ikke nogen af de nyeste teknologier som VR og AR. Deres elementer er heller ikke kontekstbevidste, men aktiviteterne skal aktiveres bevidst af brugerne. Deres teknologier påvirker ikke hinanden udover at lyden kan skabe stemning eller forvirre gæsterne.

I den digitale tid, vi er i, er det tit at teknologier snakker sammen, et hurtigt eksempel er løbeure, der snakker sammen med en APP på en smartphone. Det med at teknologier kan snakke sammen, er også noget, der bruges i oplevelsescenter, hvor det kan være en sensor, der opfanger, at nu er der en gæst tæt på og at en enhed skal begynde. Et eksempel på dette er VR-arkader som So-real i Beijing, der benytter sig af Oculus Rifts med ART⁴-sporing til at holde styr på, hvor op til ti spillere befinder sig på banen og hvordan de bevæger sig. Jeg ved også firmaet Adventure LAB har arbejdet på, hvordan man i forlystelsesparker kan bruge ansigtsgenkendelse, så hvert element i den forlystelse kan "se", hvilke andre elementer, gæsten har besøgt og tilrette sig efter det.

Det informative rum ligger mellem P og T samt mellem P&T og A (Aktiviteter) (Benyon, 2014). Det består af Agenter (A), informations-artefaktere (IA) og enheder (D)(Benyon, 2014). Centeret benytter sig ikke af agenter i deres udstilling, da der ikke var nogle af deres elementer, der var autonome eller proaktive. Enheder er der i stort set hver informationsvæg, fordi de indeholder en skærm og fire knapper samt nogle af dem har en højttaler. Her kunne man diskutere, hvorvidt skærme er enheder i forhold til Benyon's teori, da han også beskriver, at enheder er objekter, der ikke beskæftiger sig med at informere(Benyon, 2014). Derfor anser jeg det, som at skærmen er en enhed, selvom den godt kan bruges til at informere, men at informationerne/data'en er i indholdet fx. video eller animationer. Så informationerne er i det digitale rum, men skærmen viser dataen eller oversætter dataen til noget mere forståeligt for de besøgene uden at arbejde med betydningen af dataene. Informationsrum

⁴ Advanced Realtime Tracking

skabes ofte udtrykkelig for at give bestemt data og visse funktioner gøre en aktivitet lettere at forstå.

Der er ikke nogen bestemt rute planlagt for gæsterne - eller en rute, der giver viden i den rigtige rækkefølge. Der er desuden ikke et oversigtskort. Jeg antager, at et oversigtskort kunne have været en IA til gæstens aktivitet (se centeret) - altså så oversigtskortet er et hjælpemiddel. Der er ikke noget galt i, at der ikke er en bestemt rute eller at de benytter en åbenplan-udstilling, tvivlsspørgsmålet er om gæsterne ved, hvad der er hvor og om de forstår, hvilke muligheder de har i udstillingen altså hvor god affordancen er for hele udstillingen. Deres udstilling er så lille, at det efter min holdning ikke er et problem for centeret, men det er noget, man skal overveje ved større udstillinger. Det vil hjælpe Lille Vildmose Centeret, hvis de havde et oversigtskort over, hvad der er i udstillingen, især når de i informationen skal sælge udstillingen til gæsterne. Mine data viser, at den måde, centeret benytter teknologien i udstillingen, er meget simpel og det bør derfor være let for gæsterne at forstå, hvad de kan ved hver aktivitet.

Den dag, jeg var ude og samle data, var der ikke ret mange gæster i udstillingen. Jeg ved, at når der er guidede ture i udstillingen, starter de ved oversigtskortet over området (3.2.), som er placeret midt i rummet. Dette er også en af grundene til, at der er lavet plads omkring den og at den er oval, er fordi så kan flest muligt af gæsterne se med og høre guiden. Der er nogle enkelte steder, at der kan komme ventetid, dette er fx 3.6 (ørnesimulatoren) fordi den kun har en kapacitet til fire personer, derudover bliver den ikke fyldt hver gang og den tager fire minutter. Resten af aktiviteterne er relativt hurtige. Der er nogle af aktiviteterne, hvor man kan observere, at gæsterne snakker mere sammen, dette omhandler følgende punkter på kortet 3.1., 3.3., 3.9. og en hvor det især er børnefamilier 3.11.

3.1.(Følelsen af at gå på mosen) tror jeg det hovedsageligt er, fordi det er en overraskelse for gæsterne, fordi de forventer, at det bare er falsk græs og ikke at det er så blødt og ujævnt. Dette synes jeg fremviser meget godt, hvordan det er med højmosen, fordi den kan godt forveksles med en eng.

3.3.(Live kameraer fra området) omhandler snakken mest hvad man kan se på skærmene, hvordan og hvor kameraet skal filme eller zoome ind på. Det er hovedsageligt kameraet ude fra Birkesøen gæsterne snakker om. Dette tror jeg er, fordi de to andre kameraer sidder tættere på og at gæsten kan gå hen til det område på få minutter og se det selv.

3.9.(Tør du mærke noget vidt?) er det, de fleste besøgene snakker om de tør og hvad der kan være i kassen, det er altså igen overraskelse, der gør at gæsterne snakker om den. Der er også nogle af gæsterne, der har snakket om, hvordan man kan mærke forskellen mellem svar-forslagene.

3.11.(Sammensatte dyr) Denne aktivitet var ikke digital og indeholder nærmest ikke nogen informationer. Det var mest børn og deres familier, der benyttede den og snakkede om de forskellige dyrekombinationer.

Udover aktiviteterne var det min opfattelse, at det især var de to medtagede artefakter, der blev snakket om og ved. Derudover snakker gæsterne sammen

om de forskellige udstoppede dyr, hvor der også er flere af gæsterne, der tager billeder sammen med de udstoppede dyr - måske til deres sociale medier.

Der er efter min subjektive mening, mest brugt den informative tilgang, men niveauet af evokative elementer i udstillingen varierer alt efter hvilken af forståelserne af hvad evokativ betyder. Hvis vi tager det udgangspunkt, at det skal skabe følelser ved gæsten, så er der ikke ret mange af dem, der påvirker om gæsten bliver glad, ked af det eller vred. Hvorimod hvis vi ser på evokativ som at begejstre, så er der væsentligt flere elementer i udstillingen, der er evokative, men hvad hvis man ser på begejstret som en del af følelsesregisteret?

Der er flere teorier, der har flere følelser end bare glad, sur og ked af det. De fleste af de teorier, jeg har kendskab til, der arbejder med følelser, benytter sig af en graf med 2 akser, en der beskriver, hvor aktiv eller opstemt individet er og den anden akse, der beskriver om det er behageligt eller ubehageligt - altså om det er en positiv eller negativ valence. Modellen nedenunder kommer fra en artikel, der omhandler maskiners aflæsning af følelser (Alazrai, Homoud, Alwanni, & Daoud, 2018). Der er flere af teorierne omkring følelser, der også medtager overraskelse som en følelse.

I så fald placerer teorierne overraskelse oppe i toppen af modellerne, fordi der findes positive og negative overraskelser. De forskellige teorier er ikke enige om det er en følelse eller en reaktion. I forhold til forståelsen af evokative har dette lille betydning, fordi overraskelser påvirker individerne og hvilke af de andre følelser det medfører vil i Bär & Boshouwers model altid være evokative.

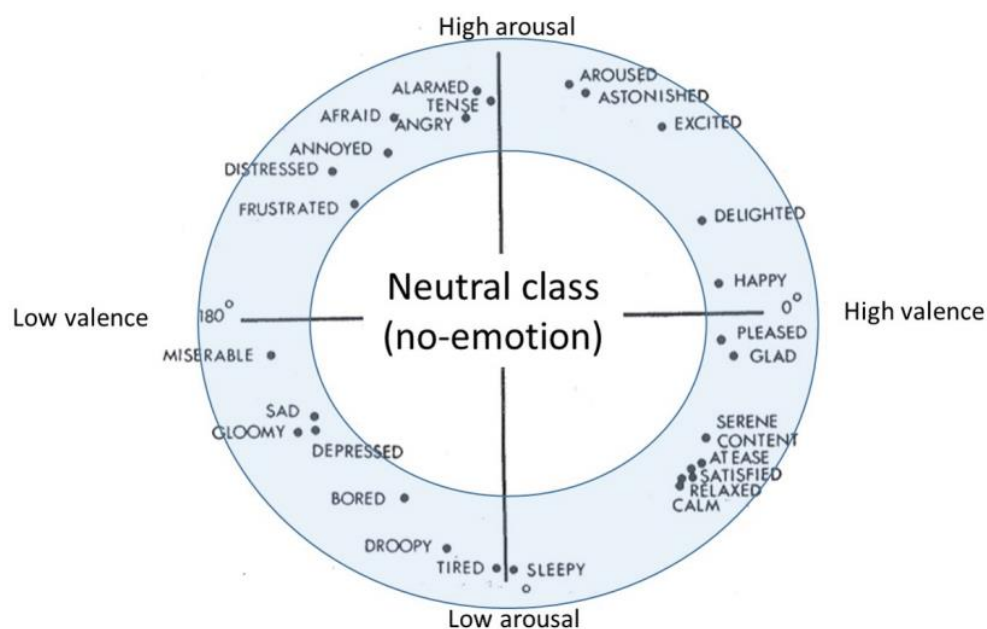
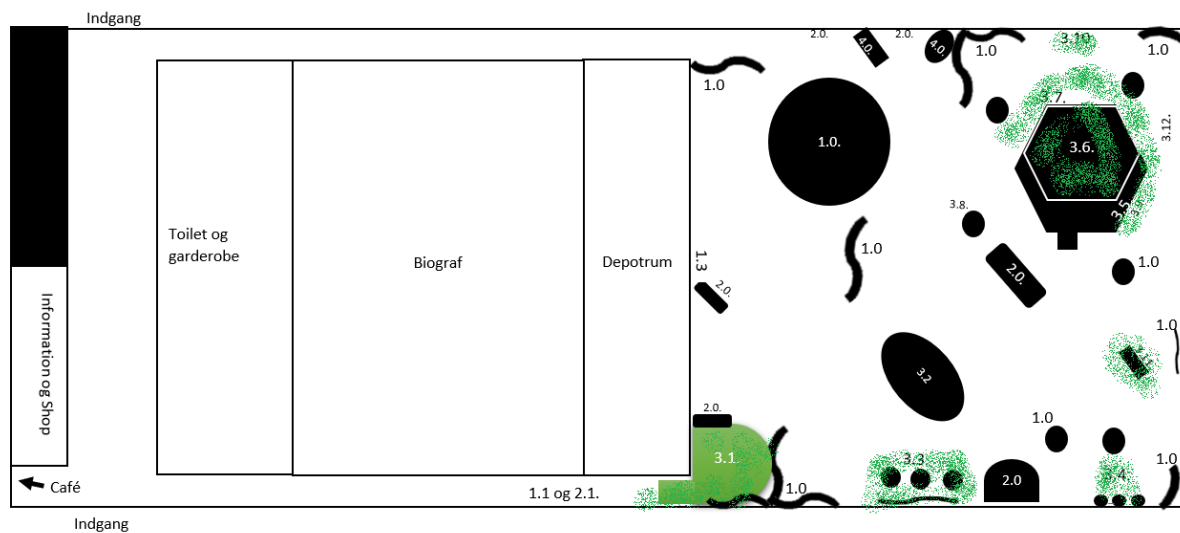


Figure 3. The circumplex model for emotion description that shows the arrangement of the emotional states around the circumference of the 2D arousal-valence plane [23].

Figur 21 2D figurer der viser hvor følelser er placeret i forhold (Alazrai et al., 2018)

Hvis man tager udgangspunkt i alle de følelser, der er vist på modellen ovenover, så vil der være en større mængde af evokative elementer i udstillingen end hvis man kun så på glad, vred eller ked af det. På kortet nedenunder har jeg taget udgangspunkt i alle de følelser, der ses på figuren ovenover. Jeg har valgt at illustrere, de områder af udstillingen, som jeg anser som at være evocative. Det er på baggrund af min subjektive holdning og ikke en objektiv/ målt eller udregnet. Det er tydeligt, at det jeg anser for evocativ, hænger sammen med at aktivere gæsterne.



Figur 22 Oversigtskort der viser hvor de evocative elementer er i udstillingen

Efter at have undersøgt deres udstilling, vil jeg påpege at de steder som jeg anser som evocative for det meste er samlet oppe omkring det ene hjørne, så det kunne måske have været fordelt mere i udstillingen. Dette anser jeg som noget, der kunne forbedre helhedsoplevelsen af udstillingen, fordi udstillingen ikke ville virke så opdelt.

Diskussion

Man kan diskutere at jeg brude lave undersøgelsen med deres model flere steder og flere gange samme sted, men denne undersøgelse handlede grundlæggende om at afprøve deres model og lære af at bruge den, for at kunne lære, hvordan deres model kunne bruges bedre. Ved at have lavet den samme undersøgelse flere steder, ville jeg have fået mere data om brugen af deres model. Jeg har valgt at lave en enkelt undersøgelse og se hvordan deres model kunne bruges fremadrettet og forbedre undersøgelser inden videre afprøvning.

Jeg antager, at jeg ville have kunnet finde frem til det samme resultat med at der sker mest i udstillingens øverste højre hjørne på kortet ved kun at have undersøgt udstillingens interaktioner, men ved at jeg har haft det fokus at jeg skulle se på fordelingen mellem informative og evokative elementer, har jeg kunnet se det fra et andet perspektiv. Hvis jeg havde set på interaktionsdesignet alene, er det ikke sikkert, at jeg havde lavet et kort over udstillingen. Kortet hjalp mig med se hvor opdelt udstillingen faktisk er. Jeg kunne godt se det, mens jeg gik i udstillingen, men kortet tydelig gjorde det.

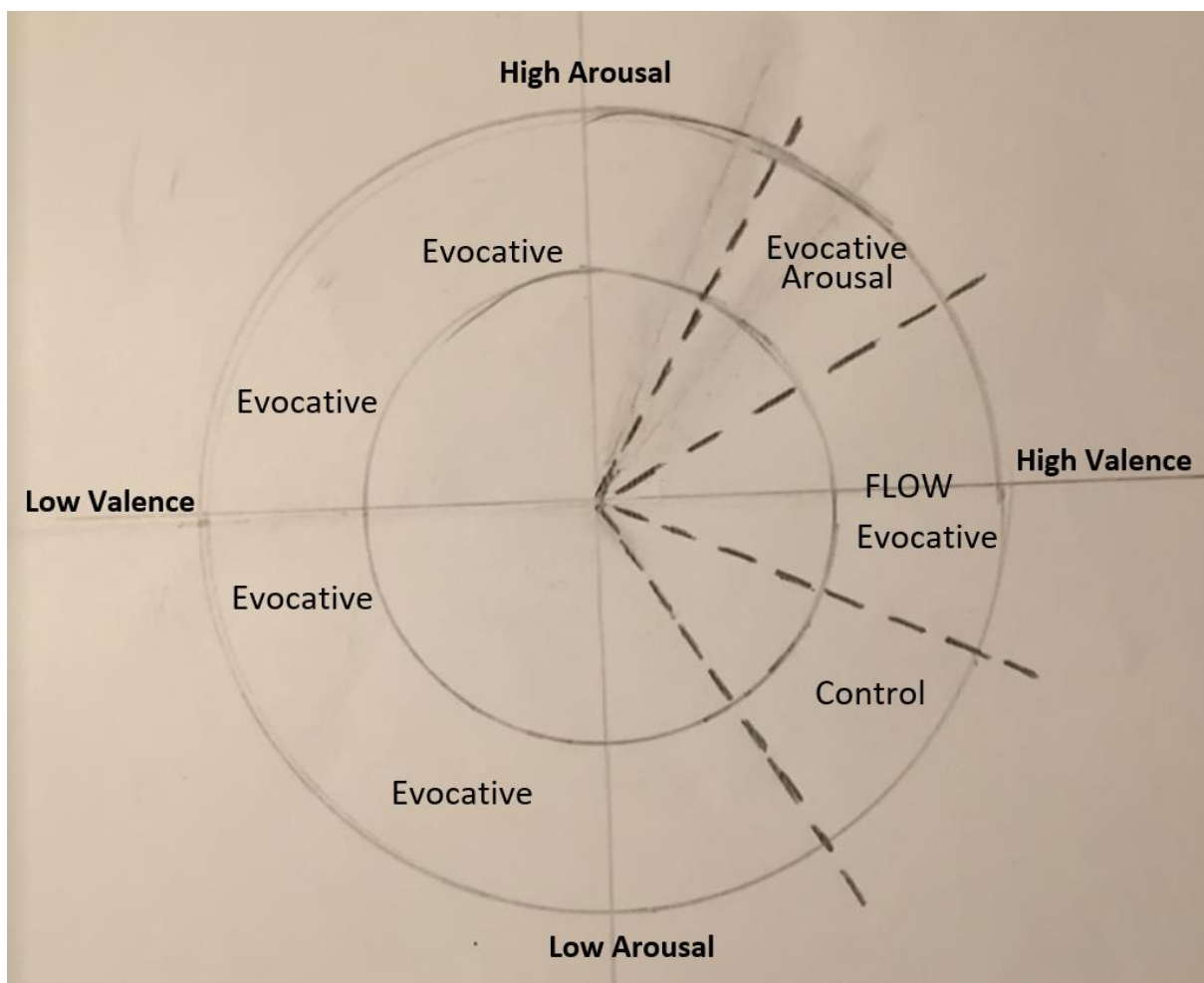
Efter at have afprøvet Bär & Boshouwers's teori om evocative, narrative og informative tilgange, anser jeg den ikke som at være god som analyseværktøj. Dette skydes, at den ikke er mere præciseret med, hvordan deres definitioner er af de forskellige tilgange. Efter at have arbejdet med deres model /teori kan jeg stadig godt se ideen og grunden bag, hvorfor de har lavet den, men jeg ser modellen mere som en skitse og ikke færdigarbejdet. Især en definition eller en liste med, hvad der skal til, for at de anser et element for at være evocativ, mangler. Hvis deres definition er at evocativ skal skabe følelser ved gæsterne, så er spørgsmålet om de informative tiltag fx. plancher og tekst ikke også kan skabe følelser, hvilket er en af mine største kritikker ved Bär & Boshouwers teori. Nemlig at der ikke er en klar skilning mellem tilgangene.

Deres teori omhandler meget, hvad man forstår som påvirker følelserne og derfor vil man få et subjektivt resultat, men man kunne også undersøge udstillingens påvirkning af individers følelser ved at lave en EEG-analyse. Dette vil dog kræve væsentligt flere ressourcer og forsøgspersoner. Mihaly Csikszentmihalyi ESM (Experience Sampling Method) er også en metode, der kan bruge til at teste, hvordan individer føler. Bär & Boshouwers's model er mere brugbare under designfasen som en huskeregel.

Efter at have arbejdet med teorien og logikken bag, giver det mening at en udstilling, der har for meget af det informative kan kede nogle, men en udstilling der udelukkende benytter sig af vilde teknologier og hele tiden får gæsterne til at blive opmærksomme på det ene og det andet godt kan blive forvirrende og overvældende. *"People have to be confident and capable to appropriate their technological spaces."* (Benyon, 2014, p. 65). Det er vigtigt at sørge for, at gæsterne føler, at de er sikre i at bruge de interaktive elementer, men det er også vigtigt, at der er nogle elementer, der skiller sig ud og begejstrer. Ud fra min empiri viser det, at det er en god ide at sørge for, at der er balance mellem udstillingens genstande, tekster og de interaktive elementer.

"Det handler om balance. Stærke visuelle elementer inspirerer og sætter sig fast i gæsternes hukommelse, og det er vigtigt ved et museumsbesøg. Men vi vil ikke have, at de mister interessen for de andre smukke udstillingsgenstande eller lader være med at gå dybere ned i materialet" Amito Haarhuis (Thingsted, n.d.)

Jeg sammenlignede deres model med FLOW. Under denne sammenligning overvejede jeg ikke, at det evocative også dækker de negative følelser. Evocative dækker alle følelserne på nær følelsen af kontrol, ro og tryghed – dette vil sige, at evocative også dækker følelserne som kedsomhed og træthed. Årsagen til, at jeg vil påstå at evocative ikke dækker følelsen af kontrol, ro og tryghed, er, at det netop er disse følelser, at Bär & Boshouwers beskriver at indviet skal have under den Informative tilgang. Hvis man eksemplificerer dette, vil det derfor komme til at se sådan ud.



Figur 23 Sammenligning af modeller

Jeg vil dog påstå, at den evocative tilgang ikke benytter sig af følelserne som kedsomhed og træthed, da man bruger den evocative tilgang til at inspirere gæsterne væk fra kedsomheden. Jeg vil derfor mene, at den evocative tilgang kun omhandler de følelser, der har over gennemsnitlig arousal, men dette har Bär & Boshouwers ikke beskrevet noget om i deres definition.

Der er derfor større forskel mellem deres modeller. De prøver begge at gøre oplevelsen god for individet. FLOW fokuserer på den optimale oplevelse for individet, hvilket er positivt, men oplevelser er ikke kun positive. Uhygge kan fx. også være et element i nogle oplevelser, som gyserfilm og horrorhouses.

Bär & Boshouwers's fokuserer mere på om individet er i det stadie, de kalder "Wonder Zone" og medtager også de negative følelser, fordi individer godt kan forundres over noget, der er negativt eller sørgeligt.

Efter at have undersøgt Lille Vildmose Centerets udstilling fandt jeg ud af, at det var det narrative element, jeg manglede mest i deres udstilling. Dette var, fordi mange af deres elementer i udstillingen ikke hænger sammen og virker som om, de står for sig selv. Manglen af denne tilgang kan også medføre, at gæsterne ikke kan se, hvilken vej det er tiltænkt, at de skal gå. Eksempelvis kunne nogle gæster starte med at læse om mosens genetablering, derefter om hvordan mosen blev drænet og herefter om dyrene i mosen. Disse 3 kunne sættes i rækkefølge og dermed give mere mening. Dette kunne fx. være efter mosens historiske tidslinje – altså mosen drænes og bruges til landbrug og tørv, mosens genetablering og til sidst dyrene i mosen.

Dette kunne gøre, at udstillingen giver mere mening. Endvidere mener jeg, at det vil gøre det nemmere at bruge deres maskot og historier i deres formidling. Et eksempel på dette kunne være, at deres maskot fortæller en "personlig" historie, om dengang menneskene ødelagde mosen ved at dræne søerne.

At der er en rød tråd gennem udstillingen, vil gøre at den hænger bedre sammen. Ved at bruge mosens historiske tidslinje, vil det også gøre det nemmere at skabe en kontekst for gæsterne. Musset Rijksmuseum Boerhaave, der lige er blevet kåret som årets museum i Europa 2019, er blevet renoveret og under renoveringen var *"Den vigtigste ændring, vi har foretaget, er at skabe kontekst for vores besøgende ved at fortælle personlige historier, som folk kan identificere sig med,"* siger museumsdirektøren Amito Haarhuis(Thingsted, n.d.). Et spørgsmål, jeg har haft gennem det meste af dette projekt, er, hvad er den optimale balance mellem tilgangene? Dette vil afhænge af flere variabler, fx. hvad omhandler udstillingen og hvem er målgruppen, hvad vil udstillingen opnå. Det vil derfor ikke være muligt at lave en generel beskrivelse af, hvad en optimal blanding af tilgangene er, fordi det er forskelligt alt efter sted og formål.

Konklusion

Det virker som om, at Bär & Boshouwers model mangler at blive bearbejdet mere, især på punktet med at beskrive og definere, hvad de mener med de enkelte stadier. Dette har gjort det svært at konkludere, hvad der er informative og evokative elementer i udstillingen. Det har derfor været min subjektive forståelse og beslutning, hvad der var informative og evokative elementer i udstillingen.

Efter at have arbejdet med deres model, teoretisk og praktisk, har jeg prøvet at konstruere en definition eller beskrivelse af de tre tilgange. Mit forslag på en beskrivelse af de tre tilgange er:

Den informative tilgang omhandler at sørge for, at gæsterne føler, at de har kontrollen ved brug af faktuelle medier heriblandt animationer og informationstekster. For denne tilgang er det vigtigste altså, at viden bliver videregivet så præcist og faktisk som muligt. Denne tilgang prøver at påvirke individet på det kognitive niveau eller det som Bär & Boshouwers beskriver som mind levvellet.

Den narrative tilgang handler om at gøre viden mere forståelig og levere den, så den påvirker individet på det emotionelle niveau eller det som Bär & Boshouwers beskriver som Heart levvellet og Janzten kalder for det emotionelle niveau. Denne tilgang skal være den røde tråd gennem en udstilling og binde de to andre tilgange sammen. Denne forståelse er baseret på at Bär & Boshouwers har storytelling som et grundlag for oplevelsescentre.

Den evocative tilgang handler om at gøre viden mere håndgribelig, sanselig og spændende fx. ved at bruge uventede elementer og overraske gæsten. Igennem dette vil individet også påvirkes emotionelt, men tilgangen prøver altså at ramme individet på det fysiologiske niveau eller body-levvellet som Bär & Boshouwers kalder det. Dette medfører, at tilgangen hovedsageligt påvirker følelserne, der har et højt niveau af arousal.

Min forståelse af de enkelte tilgange har ændret sig undervejs i forløbet. Dette skyldes, at der ikke har været en fast ramme for, hvordan de skulle fortolkes og at jeg undervejs er blevet mere bevidst om at sammenholde Bär & Boshouwers teori med andre teorier. Jeg antager, at min forståelse og fortolkning af deres model er anderledes end, hvad de selv havde for øje, da de lavede modellen.

Jeg kan også konkludere, at Bär & Boshouwers model kan fungere til lave undersøgelser, fordi den har givet mig et andet perspektiv på min undersøgelse og at jeg fik et andet resultat, end jeg forventede ved at afprøve den i praksis. Jeg mener, at deres model også kan benyttes som en huskeregel til design af oplevelsesrum. Ud fra min afprøvning af deres model til at lave en undersøgelse, fandt jeg ud af, hvordan fordelingen mellem informative og evokative elementer i deres udstilling er.

Jeg havde før projektet en antagelse om, at Lille Villemosen Centeret havde et højt niveau af den informative tilgang og at centeret manglede en mere evocativ tilgang, men efter undersøgelsen måtte jeg konkludere, at der var en rimelig fordeling mellem informative og evokative elementer, men det nærmere var det

narrative element at udstillingen manglede efter min opfattelse på baggrund af undersøgelsen.

Min konklusion er altså, at centeret ikke behøver at benytte ret mange flere evocative elementer i udstillingen, men nærmere skal forsøge at gøre det til en sammenhængende oplevelse ved fx at benytte den narrative tilgang. Dette kunne være at sætte udstillingen op efter en historisk tidslinje som tidligere foreslået.

Hvis jeg skulle sætte procenter på, hvor stor en del af udstillingen, der er informative eller evokative, vil jeg mene, at den er 65% informativ og 35% evokative. Dette er en subjektiv vurdering og ikke et objektivi målt resultat.

Bär & Boshouwers model har nogle punkter, der minder om FLOW og som bakker op om deres model. Hvis man tager den forståelse, jeg har af de tre tilgange i deres model, så passer den også overens med Jantzen teori om fysiologiske, emotionelle og kognitive niveauer. Samlet set er deres teori ikke underbygget akademisk. Der er nogle teorier, der kan bakke deres model op, men den mangler stadig at blive bearbejdet endnu mere. Jeg kan dog se, at den, når den er blevet bearbejdet mere, kunne være et brugbart design-værktøj til at sørge for, at der er en vis balance mellem informationer og inspiration/underholdning.

Litteraturliste

- Alazrai, R., Homoud, R., Alwanni, H., & Daoud, M. (2018). EEG-Based Emotion Recognition Using Quadratic Time-Frequency Distribution. *Sensors*, 18(8), 2739. <https://doi.org/10.3390/s18082739>
- Bär, E., & Boshouwers, S. (2018). *WOW Worlds Of Wonders: Experience design for curious people*.
- Benyon, D. (2014). *Spaces of interaction, places for experience*. Retrieved from <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=919658>
- Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (Eds.). (2007). *The experience economy: A new perspective*. Amsterdam: Pearson Prentice Hall.
- Collins Dictionary*. (n.d.). Retrieved from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/evocative>
- Csikszentmihalyi, M. (2008). *Flow: The psychology of optimal experience*. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=237572>
- Csikszentmihalyi, M. (2014). *Flow and the foundations of positive psychology*.
- Den Store Danske*. (n.d.). Retrieved from http://denstoredanske.dk/Krop,_psyke_og_sundhed/Psykologi/Psykologiske_termer/arousal
- Jantzen, C. (2013). Experiencing and Experiences: A Psychological Framework. In *Handbook on the Experience Economy*. (pp. 149–170). Cheltenham: Edward Elgar.
- Jantzen, C., Vetner, M., & Bouchet, J. (2011). *Oplevelsesdesign: Tilrettelæggelse af unikke oplevelseskoncepter*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

- Jørgensen, L. (n.d.). Maritim magi på spil. Retrieved from
<http://voresmuseum.dk/in-the-media/maritim-magi-paa-spil/>
- Laia, P., Akrivi, K., Maria, V., Maria, R., Manos, K., Marialena, K., ... Yannis, I. (2013). From personalization to adaptivity – Creating immersive visits through interactive digital storytelling at the Acropolis Museum. *Ambient Intelligence and Smart Environments*, 541–554.
<https://doi.org/10.3233/978-1-61499-286-8-541>
- Lugmayr, A., Sutinen, E., Suhonen, J., Sedano, C. I., Hlavacs, H., & Montero, C. S. (2016). Serious storytelling – a first definition and review. *Multimedia Tools and Applications*, 76(14), 15707–15733.
<https://doi.org/10.1007/s11042-016-3865-5>
- Lund, J. M. (2005). *Følelsesfabrikken: Oplevelsesøkonomi på dansk*. Kbh.: Børsen.
- Pine, Gilmore, B. J. (1998). *Welcome to the Experience Economy*. pp. 97–105.
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). *Interaction design: Beyond human-computer interaction*. New York, NY: J. Wiley & Sons.
- Rogers, Y., Sharp, H., & Preece, J. (2002). *Interaction Design—Beyond Human-Computer*. Retrieved from
<https://arl.human.cornell.edu/879Readings/Interaction%20Design%20-%20Beyond%20Human-Computer%20Interaction.pdf>
- Rogers, Y., Sharp, H., & Preece, J. (2011). *Interaction design: Beyond human-computer interaction* (3rd ed). Chichester, West Sussex, U.K: Wiley.
- Serrell, B. (2010). Paying Attention: The Duration and Allocation of Visitors' Time in Museum Exhibitions. *Curator: The Museum Journal*, 40(2), 108–125. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.1997.tb01292.x>

Thingsted, A. S. (n.d.). På dette museum sprætter en skalpel din arm op, så blod, sener og videnskabens historie kommer til syne. Retrieved from <https://videnskab.dk/kultur-samfund/paa-dette-museum-spraetter-en-skalpel-din-arm-op-saa-blod-sener-og-videnskabens>

TIRPITZ. (n.d.). En hær af beton. Retrieved from <https://vardemuseerne.dk/exhibition/en-haer-af-beton/>

Bilag

1 Oversigt over figurer i rapporten

Figur 1 hvordan oplevelser kan benyttes til at skabe en ekstra værdi af varer og services for forbrugerne (Bär & Boshouwers, 2018, p. 98)	11
Figur 2 Økonomiske forskelle på stadierne i Oplevelses økonomien (Pine, Gilmore, 1998, p. 98)	12
Figur 3 Oplevelsens struktur (Jantzen et al., 2011, p. 157)	14
Figur 4 the fantastic unknown (Bär & Boshouwers, 2018, p. 42)	15
Figur 5 Oplevelsens psykologiske struktur (Jantzen et al., 2011, p. 267).....	16
Figur 6 Wonder zone 1 (Bär & Boshouwers, 2018, p. 64)	18
Figur 7 The Wonder zone 2 (Bär & Boshouwers, 2018, p. 65)	19
Figur 8 Evocative, narrative og informative stadier (Bär & Boshouwers, 2018, p. 66).....	20
Figur 9 FLOW (Csikszentmihalyi, 2014, p. 147).....	25
Figur 10 Eksempel på Flow for klatre (Csikszentmihalyi, 2014, p. 148)	26
Figur 11 Experience Sampling Method (Csikszentmihalyi, 2014, p. 248).....	27
Figur 12 Storytellings fire komponenter (Lugmayr et al., 2016, p. 15710).....	32
Figur 13 Billede af udstilling på Tirpitz https://www.tinker.nl/en/work/tirpitz-museum-denmark	33
Figur 14 Eksempel på "story scheme" (Bär & Boshouwers, 2018, p. 219).....	35
Figur 15 PACT illustreret (Benyon, 2014, p. 4).....	38
Figur 16 PACTs (Benyon, 2014, p. 5).....	39
Figur 17 Placeringen af informationsrummet i PACT (Benyon, 2014, p. 45)	42
Figur 18 IA eksempel vejr APP (Benyon, 2014, p. 47).....	43
Figur 19 Sammenhængen mellem flere informationsrum og aktiviteter (Benyon, 2014, p. 52).....	44
Figur 20 Oversigtskort over udstillingens elementer	50
Figur 21 2D figurer der viser hvor følelser er placeret i forhold (Alazrai et al., 2018)	54
Figur 22 Oversigtskort der viser hvor de evocative elementer er i udstillingen .	55
Figur 23 Sammenligning af modeller	57

2 Data fra undersøgelsen

1.0 Informationstavler

Påvirke alle sanserne

Kun synssansen

Påvirker følelsesmæssigt

Det afhænger af individet der læser, samt hvilken information der gives så både ja og nej.

infotavler kan både være spændende, interessante, tilfredsstillende, glædende og sorgligt.

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej

At det er føles af leg (flow)

Nej kun informationer

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Nej en informationstavle for ikke gæsten til at gøre en handling eller gennemgå noget.

Klart mål med aktiviteterne?

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet?

Ja at læse og det er tydeligt hvad det handler om

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Nej for den er ikke interaktiv

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Ville ikke kalde det for et interface men de ligner hinanden meget.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

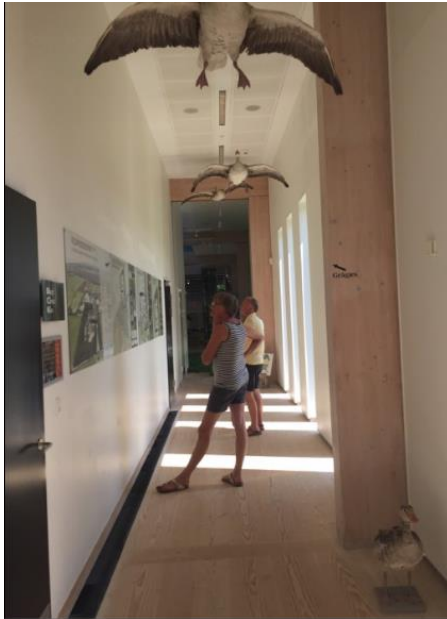
Nej for den er ikke interaktiv

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Ja det ligner hvad man kan forvente af en informations plancher, men skiller sig lidt ud fra resten af informationstavlerne på centeret

Der er lidt information om deres planer om hvordan de kan bruge nogle narrative stednavne i deres plan

1.1 og 2.1 Gang til udstillingen "Informationstavler om centerets vision og mål" og Grågæs



Påvirke alle sanserne

Kun synssansen men ved at det var meningen at der også skulle være lyden af grågæs.

Påvirker følelsesmæssigt

Det kan både være spændende, interessante, og sorgligt at se et udstoppet dyr

Der er kontakt til den rigtige ting

Nu er visioner og mål svære at snakke om som autentiske eller håndgribeligt. Synes at det er en fin måde de fremviser dem, men der er nogle af tingene der ikke passer mere fordi det er blevet out datet

Men der er kontakt til rigtige udstoppede grågæs

At det er føles af leg

Nej kun informationer

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Nej hvis lyden have virket ville det måske have gjort at der var lidt mere sammenspil mellem gæsten og stedet.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet

Ja at læse og det er tydeligt hvad det handler om

1.3 Mosens skabelse (animation)

Den ene skærm viser en animation af hvor da området er blevet dannet og den anden viser nogle billeder fra mosen men de har ikke noget med mosen skabelse at gøre.



Påvirke alle sanserne

Syn det ville have været godt med noget lyd der forklare hvad der sker på animation og skærmen med billeder forvirre mere end den gavner.

Påvirker følelsesmæssigt

Nej den er faktisk

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej

At det er føles af leg (flow)

Nej kun visuelle informationer

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Nej

Klart mål med aktiviteterne?

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet?

Ja se animationen

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Nej for den er ikke interaktiv gæsten kan ikke påvirke animationen

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Intet interface da den ikke er interaktiv

2.0 Udstoppede dyr

Påvirke alle sanserne?

Syn- og føle- sans

Påvirker følelsesmæssigt?

Nej Generelt vil jeg ikke mene at de påvirker følelserne af gæsterne, men det er jo forskelligt hvad der påvirker individer så der kan godt være nogle der bliver påvirket følelsesmæssigt af de udstoppede dyr.

Nogle af de følelser nogle kan have kan være spænde, interessante, og sorgligt at se et udstopet dyr

Der er kontakt til den rigtige ting?

Kontakt til rigtige udstoppede dyr

At det er føles af leg (flow)

Nej

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Gæsten kan røre ved de udstoppede dyr men gør eller gennemgå ikke rigtigt noget.

Klart mål med aktiviteterne?

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet?

Se på dyrene ved nogle af dyrene kan man være i tvivl om man må røre ved dyret.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Nej for det er ikke interaktiv

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Der er Intet interfacet

3.1. **Følelsen af at gå på mosen.**



Påvirke alle sanserne

Det påvirker føle- og balance-sansen

Påvirker følelsesmæssigt

Det føles sjovt og er lidt overraskende første gang derfor er det spændende, interessante

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej

At det er føles af leg

Ja det føles sjovt

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Ja fordi du får fornemmelsen af at gå på højmosen, men det er dog mere hoppepude artigt end mosen er så det er ikke helt den samme følelse

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet?

Nej men det er også meningen for at give overraskelsen.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Nej men man kan mærke forskellen på hvor man går ligesom man ville kunne ude i mosen bare uden risikoen for at finde til hul og drukne.

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Der er intet interface til denne aktivitet

3.2. Oversigtskortet

Jeg vil mene at oversigtskortet er udstillingens centerpiece både fordi at det er centralt placeret og kan ses fra det meste af udstillingen, men også fordi det viser sammenhængen mellem udstillings andre elementer og området udenfor. Det ville være muligt at have en udstilling om højmoser uden at være når en højmose, men ved at være så tæt på højmosen virker det til at udstillings elementer en føles af at være mere autentiske fordi de er sat sammen med området omkring. Kortet har nogle knapper rundt om der fremviser forskellige steder i område ved hjælp af lys



Påvirke alle sanserne

Synssansen men også lidt følesansen, da man skal trykke på knapperne, men det er nærmest ubetydeligt.

Påvirker følelsesmæssigt

Ikke rigtigt

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej nej men den viser en oversigt over området.

At det er føles af leg

Nej

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Lidt da ved at trykke på knapperne viser det på kortet med et lille lys eller området lyses op.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet

Ja tryk på en knap og se hvor det er på kortet.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Ja der kommer lys et sted på kortet men ikke mere end det.

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Det ligner ikke andre interface da den passer til denne aktivitet.

3.3. Live kameraer fra området

Man kan vælge 3 kameraer der er placeret ude i området og styre hvilken vej man vil se med dem da de kan vise næsten 360 dog ikke lige ned på deres stander. Af kameraerne er 2 af dem er placeret inden for centerets område og 1 ude i det fredet område i det der kaldes mellemområdet på en ø ude i den nyanlagte Birkesø.



Påvirke alle sanserne

Føle ved at styre kameraet og synssansen fordi man kan se live videoen fra området.

Påvirker følelsesmæssigt

Ja Det kan både være spændende og interessante

Der er kontakt til den rigtige ting

Delvist der er ikke kontakt direkte til den virkelige ting men der vises en live video ude fra det aktuelle sted, på den måde virker det autentisk

At det er føles af leg

Meget begrænset det er sjovt at styrer kameraerne men fordi de er så svære at kontrollere

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Gæsten har ved at styre kameraerne kontakten med områderne udenfor udstillingen

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet

Ja at man kan styre kameraet ude i af områderne. Derudover er der en information artifact (IA) der meget kort forklare hvad det går ud på samt at der på alle 3 styrpulte er en beskrivelse af hvordan man styre kameraet.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

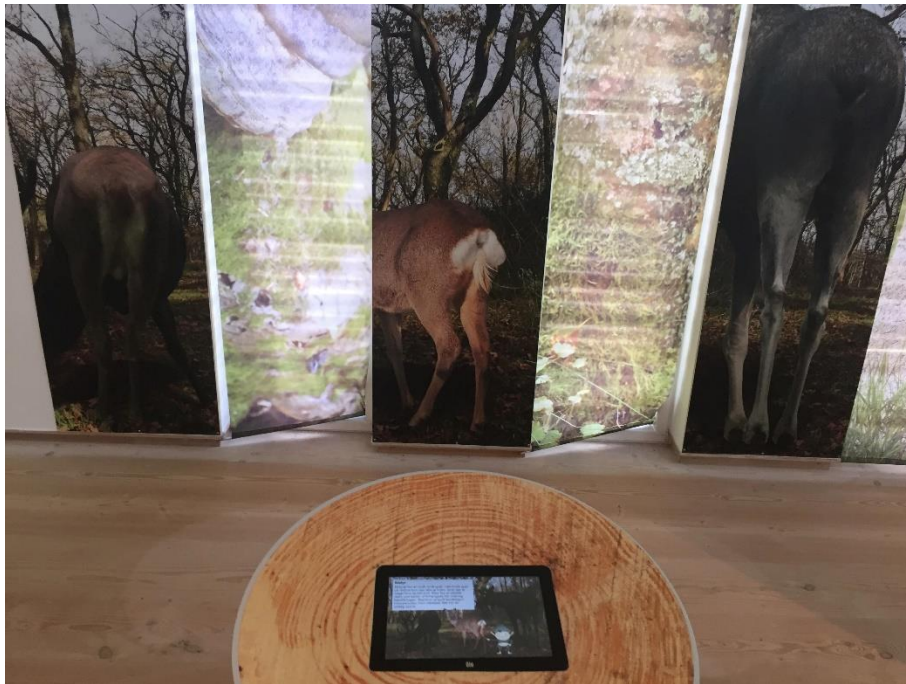
Ja man kan se at videoen ændre vinkel i forhold til hvordan man styre den, men desværre er der nogle gange så meget forsinkelse på, at man ikke ser det før man fx. Ser på himlen eller er zoomet ind på noget man ikke kan se hvad er.

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Det ligner ikke andre interface da den passer til denne specifikke aktivitet, men teamet for interfacet ligner de andre med at den er "naturlig" i udsende ved at ligne en træstamme.

3.4 Lær at genkende hjorten på deres spejl

Man står ved iPad'en og kan vælge hvilket dyr man vil læse om Krondyr, Rådyr eller Elgen. Gæsten for noget information der skal lære dem bedre at kunne genkende hjortene fra hinanden bagfra og især på den hvide ende der kaldes spejlet.



Påvirke alle sanserne

Synssansen

Påvirker følelsesmæssigt

Nej igen er det kun faktuelle oplysninger

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej det er der ikke men der er et billede af den rigtige ting samt at der er udstopninger af hjortene tæt på.

At det er føles af leg

Som gæst kunne man godt have troet at det lagede op til leg men der er ikke nogen elementer af leg, der er kun informationer.

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Lidt du er nødt til at bruge Ipaden til at få oplysningerne, men det giver bedst mening hvis man samtidig kigger på billederne og evt. de udstopninger der er.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet?

Ja, men inden man kommer tæt på, kunne gæster godt tror at det er et spil der handler om at gætte hjortene fra hinanden. Men når gæsten kommer tæt nok på Ipad'en kan man tydeligt se at det ikke er en quiz eller spil, men informationer.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Ved at trykke på en hjort på iPad'en kommer der en lille infotekst op det er den feedback gæsten for.

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Opsætningen kan godt minde om et spil, men det er et meget minimalistisk interface for der er kun 3 knapper formet som de 3 hjorte.

3.5. Film i kikkert

Inde i de 2 kikkerter køre der små film, eller det var planen den ene af dem har ikke virket i et par år. Filmen aktiveres når kikkerten vippes, lige som hvis man kiggede efter fugle.



Påvirke alle sanserne

Synssansen

Påvirker følelsesmæssigt

Ikke rigtigt

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej det er der ikke.

At det er føles af leg

Nej

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Du ser først filmen når du vipper kikkerten. Området omkring aktiviteten omhandler fugle så det giver mening at prøve at se efter "fulge" i kikkerterne.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Delvist

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

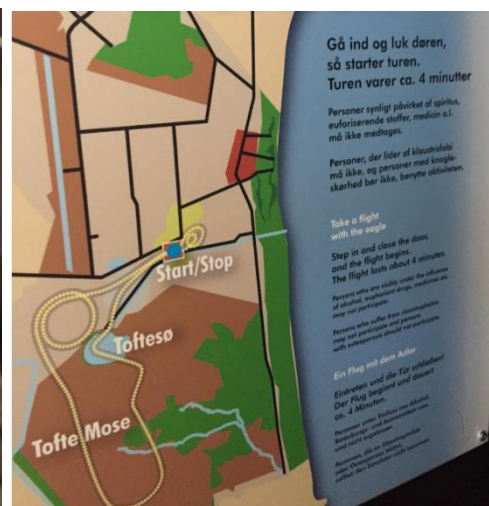
Kun at filmen starter

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Nej der er ikke et interface

3.6. Ørne-simulator

Fly som en ørn over Lille vildmoseområdet. Dette er den største af aktiviteterne, også den de sælger mest når de snakker om udstillingen i informationen. Aktiviteten er bygget som en hytte, Når man går op til døren en er der en manual (IA) der forklare hvordan aktiviteten forløber. Det samme er der på indersiden af døren, dette vises på billede 2 nedenunder. Gæsten går ind og lukker døren tæt til, døren kan være svær at lukke, herefter starter turen som vare ca. fire minutter. Der er indbygget hydraulik i hytten så det rum gæsten sidder i flytter sig alt efter hvilken vej "ørnen" flyver.



Påvirke alle sanserne

Synssansen, balance, hørelsen

Påvirker følelsesmæssigt

Det kan både være spændende, interessante, og nogle kan være lidt bange hvis de har højdeskræk

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej

At det er føles af leg

Ja det kunne føles som at man sad i en rusebane, derfor have antog jeg også at det især var børn der synes den var interessant, men det er i ligeså høj grad ældre der synes den er sjov at prøve.

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Ja gæsterne gennemgår "flyve" turen og ser hvordan området så ud for en del år siden. Turen er ikke blevet opdateret i mange år så det er kun fordi der er et kort med hvor ørnen har føjet at gæsterne ved hvor det er de "flyver"

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Informations artefakterne hjælper med at gæsterne ved hvad de skal gøre, men der er stadig en del gæster der ikke kan finde ud af det.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Nej enten starter turen eller også gør den ikke

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Intet interface

3.7 Spis ørene – hvem siger hvad i Lille Vildmose?

Denne aktivitet handler om at gætte det rigtige dyr ud fra lyden. Ved at trykke på skitsen af det dyr man tror det er.



Påvirke alle sanserne

Især hørelsen benyttes, men synssansen bruges også til at vælge og til at læse informationen

Påvirker følelsesmæssigt

Ikke rigtigt

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej, eller lyden er en optagelse af dyrene så man kan augmentere for at lyden er autentisk og derfor er der kontakt med den rigtige ting

At det er føles af leg

Ja det virker lidt som et spil.

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Gæsten er nødt til at aktivere og spille spillet for at få informationerne, men ved at spille spillet kommer der dyre lyde som de andre gæster i rummet så også kan høre dem.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Ja

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

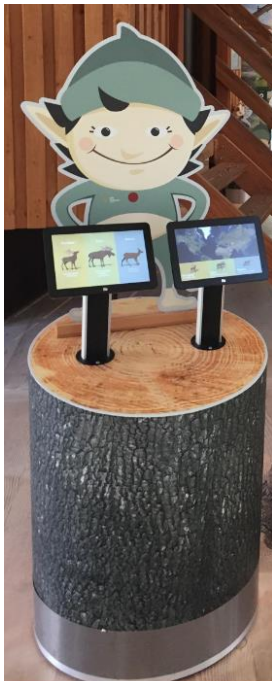
Ja om det er rigtigt eller forkert gættet, hvis det er forkert står der på skærmen "øv, prøv igen"

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Ved denne aktivitet er interface også specifikt lavet til denne men har det samme design og udtryk som de andre.

3.8. Hjortenes udbredelse

2 ipad's der snakker samme. Så hvis gæsten trykker på den ene så kan gæsten se på den anden hvor i verden at den type hjort lever.



Påvirke alle sanserne

Kun synssansen

Påvirker følelsesmæssigt

Nej

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej

At det er føles af leg

Nej kun information

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Selv om at gæsten skal bruge den ene ipad og for informationen på den anden Ipad vil jeg ikke mene at de gennemgå noget og denne aktivitet eller ikke en der

på virker resten af gæsternes oplevelse. Gæsten er dog nød til at trykke på en knap for at få informationen.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Ja

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Gæsten ser udbredelsen på kortet.

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Interfacet ligner de andre i designet.

3.9. Tør du mærke noget vidt?

Denne aktivitet er en digitaliseret udgave af en føle-kims leg. Når gæsten har mærket hvad der er i rummene vil der komme 3 forslag op som de skal så gætte hvilken der er rigtigt.



Påvirke alle sanserne

Denne aktivitet er meget baseret på følesansen, men også synssansen

Påvirker følelsesmæssigt

Det kan både være spændende, interessante, og gæsten kan også være lidt bekymret og bange for hvad der er der inde.

Der er kontakt til den rigtige ting

Ja de ting man berøre

At det er føles af leg

Ja det er en leg

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Denne aktivitet påvirker ikke rummet ret meget, men gæsten gennemgår aktiviteten. De kan være lidt bekymret for hvad de skal mærke.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Ja

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Ja om at man skal vælge et af de 3 forslag, og om man vælger den rigtige eller en forkert

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Ja de har det samme design og det er meget simpelt at finde ud af at benytte som gæst.

3.10. Løft og lyt!

Aktivens info tekst er "her kan du bære et gevir – lige som hjortene". Aktiviteten handler om at gæsten løfter hjortens opsats og høre nogle informationer omkring den valgte hjort. Informationen er blandt andet omkring vægten af opsatsen men også informationer omkring fx. Hudlaget kaldet "basten".



Påvirke alle sanserne

Gæsten er nødt til at løfte opsatsen – altså mærke og føle opsatsen og ikke mindst hvad de vejer. Informationerne gives både visuelt og auditivt, derfor bruges også synssansen og hørelsen.

Påvirker følelsesmæssigt

Nej, men som tidligere nævnt er dette min subjektive holdning, der kan godt være gæster aktiviteten påvirker følelsesmæssigt.

Der er kontakt til den rigtige ting

Ja gæsten løfter en rigtig opsats

At det er føles af leg

En lille smulle

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Gæsten gennemgår hvordan det er at bære hjortenes opsatser.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Ja det er synlig både ud fra opstillingen af aktiviteten og ud fra teksten.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Der er en lille klik lyd når opsatsen kommer op hvor sensoren er, men ud over det er der ikke feedback så gæsten ved ikke om de er nødt til at holde opsatsen der oppe for at få informationerne.

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Den har den samme design som de andre med et naturbillede som baggrund for informationerne. Men interfacet er specifikt for denne aktivitet.

3.11. Sammensatte dyr

Det er en rulle med to dele en del med dyrs front dele og en del med dyre bagender. Hvor gæsten så kan sammen sætte dyr, de rigtige er også mulige at lave på rullen.



Påvirke alle sanserne

Synssansen

Følesansen fordi gæsten bruger hænderne til at styre hjulet

Påvirker følelsesmæssigt

Nej

Der er kontakt til den rigtige ting

Nej

At det er føles af leg

Ja det er sjovt men især for børn

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Ikke rigtigt

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Ja dreje hjulet

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

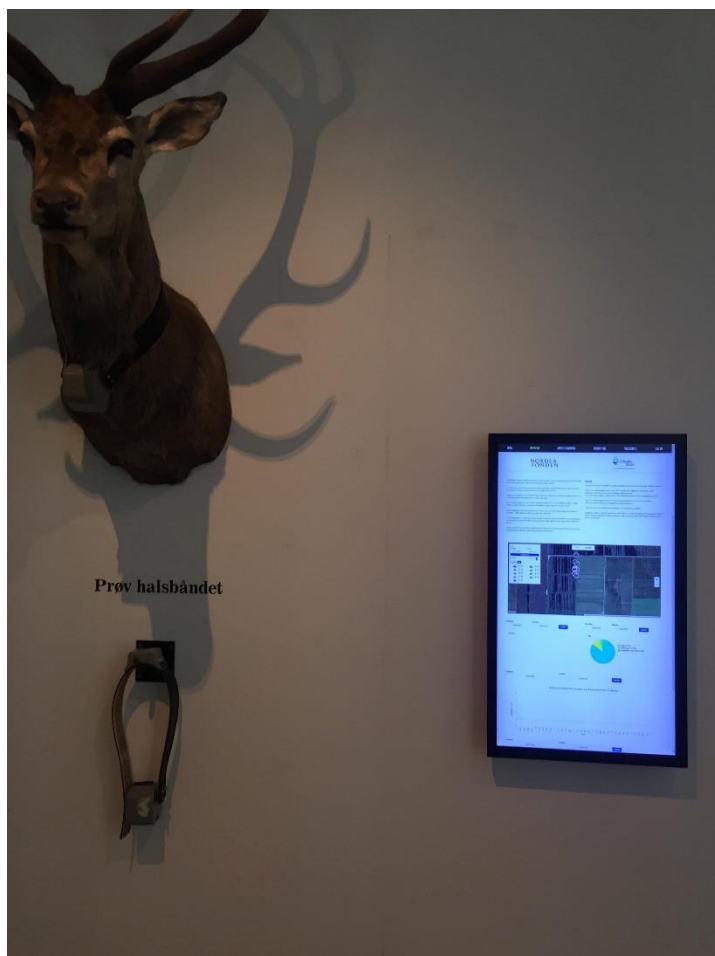
Nej

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Den ligner ikke nogen af de andre aktiviteter og skiller sig ud i rummet.

3.12. Prøv halsbåndet

Elgene i Mellemområdet har GPS halsbånd på. Ved denne aktivitet har gæsten muligheden for at prøve GPS halsbåndet. Dette er den eneste af Centerets aktiviteter jeg aldrig har set i brug.



Påvirke alle sanserne

Gæsten kan mærke, se og lugte halsbåndet.

Påvirker følelsesmæssigt

Nej, men nogle gæster kan måske bedre sætte sig i Elgens sted

Der er kontakt til den rigtige ting

Ja gæsten løfter et rigtigt GPS-halsbånd

At det er føles af leg

Tror nogle gæster kan se dette som leg men andre ikke kan se det sjove i det.

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

Gæsten prøver hvordan det er at bære GPS-halsbånd

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Ja

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Nej den er ikke interaktiv

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Nej der er ikke et interface

4.0. **Artefakter**

Udstillingen har flere artefakter. Jeg tager udgangspunkt i de to der kan ses på billedet under, altså trillebøren med mergel og skovl samt togvognen. De andre artefakter i udstillingen er for det meste værktøj brugt i gennemtiden i mosen. Nogle af disse genstande er i glasmontrer og andre er ikke.



Påvirke alle sanserne

Synssansen er den de alle sammen påvirker også den der er i glasmontrer. Nogle af de andre ved gæsterne ikke om de må røre eller ej, men hvis de røre ved dem påvirker det også deres følesans. Det kan være at mærke mergelen. Nogle af dem på virker også lugtesansen, men det er svage lugte, så jeg tror ikke at det er alle af gæsterne der opdager duftene. Det kunne være duften af træet eller duften af mergelen.

Påvirker følelsesmæssigt

Jeg synes ikke at artefakterne direkte kan påvirke følelserne, men de kan minde folk om minder med disse genstande der kan påvirke deres følelser. Dette er nok især gældende for de ældre gæster, men de kan jo dele deres historier med andre.

Der er kontakt til den rigtige ting

Der er kontakt til autentiske genstande

At det er føles af leg

Nej

Have kontakt med omgivelserne ved at gøre ting og gennemgå ting

De fleste genstande giver ikke gæsten mulighed for at gøre noget, men de kan fx. mærke mergelen.

Klart mål med aktiviteterne

Er det synligt hvad gæsten skal eller kan ved en aktivitet ?

Nej gæsten ved ikke om de må røre eller ej.

Giver aktiviteten feedback på det gæsten gør?

Nej ikke interaktiv

Om interfacet ligner hinanden og hvad man forventer som gæst?

Intet interface