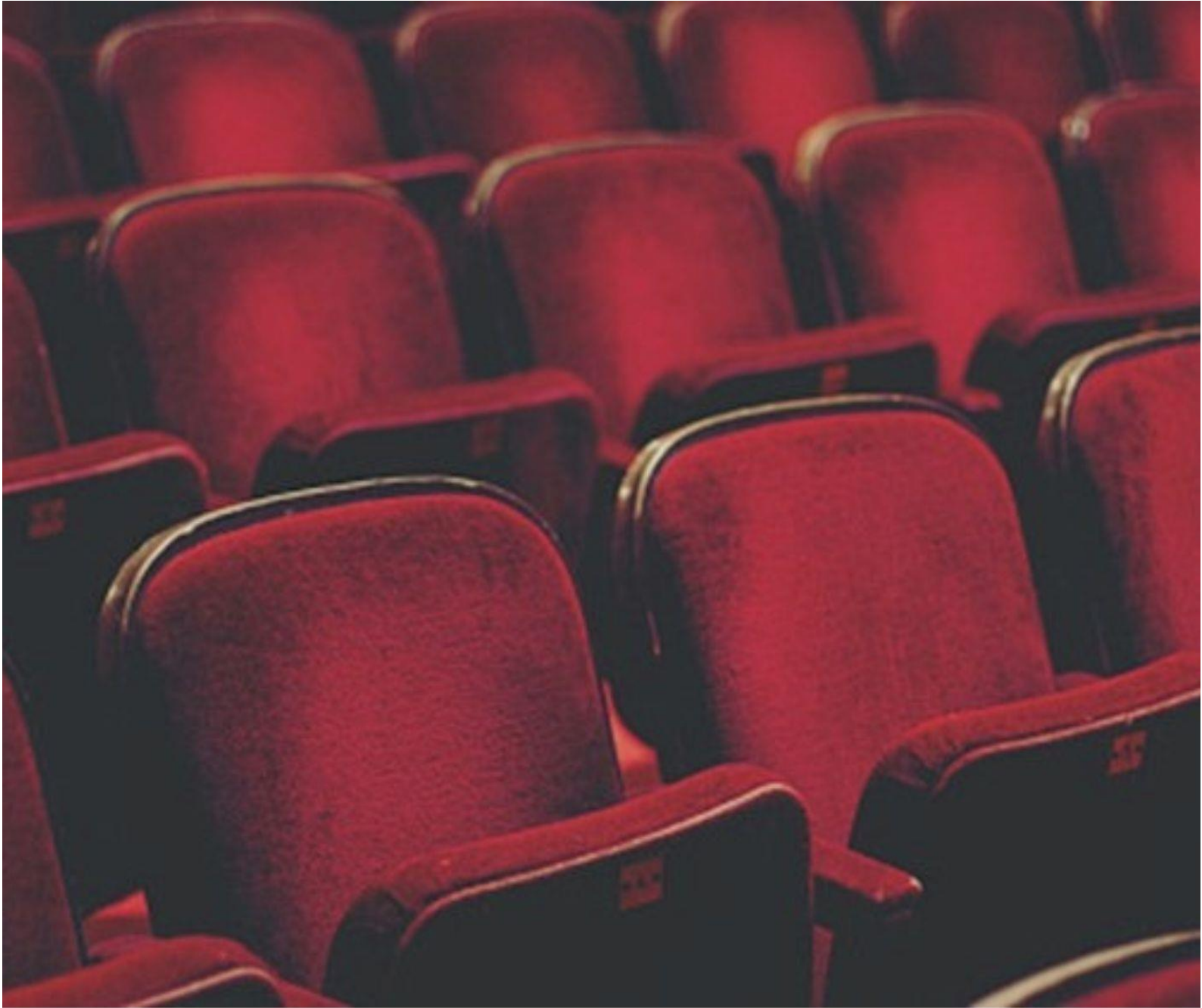




Oplevelsesdesign på de skrå brædder

*Cultural Probes som metode til
publikumsudvikling med landsdelsscenen
Aalborg Teater som case*

Alberte Husted Echers
Cand.It.Oplevelsesdesign

Oplevelsesdesign på de skrå brædder: Cultural Probes som metode til publikumsudvikling med landsdelsscenen Aalborg Teater som case

Alberte Husted Echters (Studienummer: 20153725)

Cand.It.Oplevelsesdesign 4. semester Kandidatspeciale

Aalborg Universitet 2023

Vejleder: Rasmus Grøn

Juni 2023

Anslag: 84.352

Antal normalsider: 35,14

Abstract

This master thesis presents a study conducted at Aalborg Theater, which has experienced a continual decline in ticket sales throughout season 22/23. Factors contributing to this decline include the lingering effects of the covid-19 pandemic and subsequent societal lockdowns, the war in Ukraine and the resulting inflation, and the continuous rise in cultural offers, that together with the theater fights over the right to our limited time and attention.

The purpose of this research is to investigate the effectiveness and usage of *cultural probes* as a data collection method regarding respondents' experiences and relationships with Aalborg Theater as a way of gaining insights into the lived experiences of Aalborg Theater's audience, which is also the subject of analysis and future works in this thesis. With an imminent focus on audience development, this thesis builds upon the application of cultural probes as a data collection method by testing the method within the experience industry. Drawing on existing theory regarding the use of probes for data collection and exploring the incorporation of a playful approach (Ludic design) in the design process, this thesis seeks to test the feasibility and functionality of *cultural probes* within a significantly shorter timeframe compared to existing projects utilizing this method as a basis for data collection. This new probe-format is in this thesis named theatre-probes.

By employing the probe method in the form of theater-probes and examining existing theories on its usage and relevance, fruitful data was obtained from the respondents visiting Aalborg Theater with the probe-kits. The data provided insights into the respondents' lived experiences, and painted a picture of the respondents experience from start to finish. A proposal for future work within the context of Aalborg Theater is the development of an app-based probe to optimize the data collection process and reduce the material resources. Expanding the use of this method within a framework of broader cultural institutions could involve testing the method in multiple different cultural institutions to establish a basis for comparison. Exploring similarities and differences would allow for an assessment of the possibility or dismissal of a common evaluative data collection method within the scope of a broader audience development than presented in this thesis.

INDHOLDSFORTEGNELSE

INDHOLD

1. Indledning	4
1.1 Casepartner: Aalborg Teater	4
1.2 Publikumsudvikling i et oplevelsesøkonomisk perspektiv	6
1.2.1 Problemfelt	8
1.3.1 Afgrænsning	10
1.3.2 Begrebsafklaring	11
1.4 Problemformulering	12
1.3 Læsevejledning	12
2. Videnskabsteori	14
3. Metodisk rammesætning	16
3.1 Cultural Probes	16
3.2 Cultural probes og data	19
3.3 Videre anvendelse af cultural probes	22
3.4 Cultural probes og leg	25
4. Design af Probes	30
4.1 Dataindsamling 1. runde	30
4.2 Metodedesign	32
5. Fortolkning af data	37
6. Teater-probes i en oplevelsesteknologisk sammenhæng	40
7. Konklusion	42
8. Litteraturliste	44
10. Oversigt over bilag	48

Cultural Probes som metode til publikumsudvikling med landsdelsscenen Aalborg Teater som case.

1. Indledning

Landsdelsscenen Aalborg Teater afslutter sæson 22/23 som endnu et år i en stribe af sæsoner med stadigt faldende billetsalg. En del af årsagen kan findes i de seneste år med covid-19 pandemien og de nedlukninger af samfundet som det medførte. Disse nedlukninger medførte åbenlyst et lavere gennemsnitligt billetsalg i en årrække, da teatrene var lukket ned i længere perioder. En anden del af forklaringen kan tilskrives krig i Ukraine og den efterfølgende inflation, der har medført stigende priser på mange essentielle produkter og services i den danske befolknings dagligdag, og at kulturoplevelser ikke bliver prioriteret økonomisk i den gennemsnitlige danske husholdning i lige så høj grad, når priserne på essentielle produkter er usikre. En tredje forklaring kan findes i "det særliges eksplosion" (Reckwitz, 2019) hvor behovet for det særlige frem for det almene, fordrer at det man oplever skiller sig ud fra almene oplevelser i den løbende kuratering der foregår af eget liv (Reckwitz, 2019). Med det væld af kulturelle tilbud, der findes idag, er konkurrencen om brugernes opmærksomhed og tid skarp, og behovet for hele tiden at levere 'den særlige oplevelse' øget (Drotner, 2022).

Denne proces startede med et mål om at skabe prototyper på oplevelser, som Aalborg Teater kunne søsætte, men endte som en undersøgelse af hvordan der findes frem til kernen af publikums relation til teatret. Det blev erfaret at uden noget viden om denne relation, og om denne relation kan være omskiftelig er oplevelsesinitiativerne frugtesløse og en famlen i blinde.

1.1 Casepartner: Aalborg Teater

Aalborg Teater er en af Danmarks tre landsdelsskener, hvor de øvrige to er Odense Teater og Aarhus teater. Teatret er statsstøttet, og skal derfor i kraft af sin funktion som landsdelscene levere teaterproduktioner inden for en bestemt ramme af teaterformer, der blandt andet omfatter musikforestillinger, børneteater, udenlandsk dramatik, klassisk dramatik, nyere dansk

dramatik og gæstespil. Aalborg Teater har eksisteret siden 1878, hvor Slagtermester Niels Grøntved så et behov for en scene i det nordjyske på lige fod med scenerne i København, Odense og Aarhus, og siden da har teatret produceret et bredt udvalg af forestillinger til nordjyderne. Der findes tre scener på teatret – Store Scene, Lille Scene og Mindste Scene (førhen Transformatorscenen) og disse scener er i brug i størstedelen af årets måneder, dog undtaget sommerperioden, hvor alle teatre holder lukket og to perioder i henholdsvis forår og efterår, hvor der øves til kommende forestillinger. Udover sin faste stab på omtrent 85 medarbejdere, heri inkluderet 16 ensembleskuespillere, har teatret også en stor del freelance gæsteskuespillere, og i løbet af en sæson underholdes ca 60.000 gæster. Dette tal er dog ikke repræsentativt for det gennemsnitlige besøgstal, da det over de seneste år været faldende fra sit højeste i sæsonen 19/20, hvor besøgstallet var 90.000. Aalborg Teater tilbyder også årskort, der giver teaterglade gæster mulighed for at se alle sæsonens forestillinger for en fast pris.

Mange danske teatre har kæmpet med faldende billetsalg efter Covid-19 pandemien, og Aalborg Teater er som nævnt ingen undtagelse. Til den kommende sæson 23/24 skifter Aalborg Teater direktør efter otte år med norske Hans Henriksen, og kommende teaterdirektør Thomas Bjørnager har nye visioner for rammesætningen af Aalborg Teaters publikumsudvikling og herved gæsternes oplevelser i teatret. Dette skal forhåbentligt medvirke til et øget billetsalg og dermed større økonomisk råderum til at søsætte projekter, der skal styrke relationen mellem Aalborg teater og deres gæster.

Aalborg Teater satser i sæson 23/24 på følgende målgrupper:

De dedikerede – årskortholdere og gæster som er kommet på Aalborg Teater i en lang årrække. Disse gæster ser de fleste af sæsonens forestillinger og er i teatret på en månedlig basis.

De unge voksne – unge mennesker bosat i Nordjylland, som har stiftet familie, købt hus og bil, og er ude på arbejdsmarkedet, dem som ikke prioriterer teatret på grund af tidsmæssige eller økonomiske prioriteringer.

De nye nordjyder – Tilflyttere til Region Nordjylland, som måske endnu ikke har opdaget teatret, eller ikke har kendt til det så længe.

Børn og unge – Børn og børnefamilier, samt unge mennesker mellem 12-20 år.

1.2 Publikumsudvikling i et oplevelsesøkonomisk perspektiv

Med oplevelsesøkonomiens indtog blev oplevelsesbegrebet udvidet fra brug i de traditionelle oplevelsesindustrier til at omfatte større dele af lignende erhverv, og sidenhen til at blive implementeret af erhverv, der ikke traditionelt beskæftigede sig med oplevelser (Pine & Gilmore, 1999). I dette speciale arbejdes der med den antagelse, at de traditionelle oplevelsesindustrier på baggrund af denne bredere implementation af oplevelser ikke kan sætte sig ud over den udvikling og forandring dette medfører, men må etablere nye praksisser for at følge med de øvrige erhverv. Publikumsudvikling er et eksempel på, hvordan scenekunsten adapterer sine praksisser til at følge med det oplevelsesfokus, der hersker i oplevelsesøkonomien.

Selve begrebet publikumsudvikling dækker over de initiativer som kulturinstitutioner skal tage for at nå ud til og engagere en vis målgruppe på længere sigt (Hansen, 2011). Idéen om publikumsudvikling i Danmark stammer helt tilbage fra etableringen af Danmarks kulturministerium i 1961, og der blev i løbet af tresserne, med opbygningen af den danske velfærdsstat, sat fokus på, hvad der dengang blev kaldt 'demokratisering af kulturen' (Hansen 2011). De største udfordringer som danskerne stod overfor i mødet med kulturen var økonomi og geografi, og derfor blev det et statsligt ansvar at få udbredt kulturen til hele landet, samt skabe kultur der var i en prisklasse som alle kunne betale (Hansen, 2011). Det viser sig i slutningen af tresserne at denne kulturpolitik har slået fejl, da det hovedsageligt var de klassiske kunstformer der blev tildelt støtte, og hverken populær- eller folkekultur var en del af puljen, og kulturpolitikken var derfor baseret på en universalistisk forståelse af hvad der var 'god' og 'dårlig' kunst (Hansen, 2011). Ifølge Hansen (2011) afslørede denne universalistiske tilgang til kunsten at kulturpolitikken ikke var så demokratisk som ønsket, og at kunstvaner var en slags socialt statussymbol, der bidrog til at fastholde en hierarkisering af samfundet. Begrebet 'publikumsudvikling' opstår i kølvandet på disse opdagelser, som en mere inkluderende og omfavnende tilgang til kulturpolitiske initiativer, hvori *"folkekulturen og populærkulturen bliver anerkendt for sin kulturelle værdi, især på grund af kvaliteter som borgernes medbestemmelse og aktive deltagelse."* (Hansen, 2011, s. 10). Publikumsudvikling handler derfor ikke udelukkende om at gøre kulturen og kunsten tilgængelig for alle, men i høj grad om at modvirke social og kulturel

ulighed (Hansen, 2011) og anspore kulturinstitutionerne til at arbejde bredere og mere socialt ansvarligt (Springborg, 2019).

Deltagelse

Et term der går igen inden for publikumsudvikling er aktiv deltagelse. 'Deltagelse' er blevet et buzzword inden for kulturinstitutionernes virke, og med den tiltagende interesse og litteratur angående deltagelsens facetter er termet blevet mødt med kritik om flyvkshed (Stage, 2019). Ifølge Stage (2019) er deltagelsesbegrebet knyttet til en idé om en transformation, og en omfordeling af handlekraft, hvor nye aktører tildeles en magt de ikke før havde. Deltagelse giver derfor mulighed for at disse aktører overgår fra en passiv modtager til en aktiv aktør (Stage, 2019). Det der skaber splid i definitionen af deltagelse er uenigheden om hvornår denne overgang er indtruffet, og man kan kalde det for deltagelse, hvorvidt denne overførsel og transformation er udelukkende positiv, og hvilke parametre deltagelsens effekt skal måles og vurderes ud fra (Stage, 2019). I overførslen mellem deltagelse i teori til deltagelse i praksis opstår der også kritik af den faktiske implementering af participatoriske projekter. Kritikken lyder på, at brugernes deltagelse i sig selv ikke gør en forskel, idet de indgår i nogle projekter med forudbestemte udfald, og at deres involvering således mere bærer præg af interaktion end deltagelse (Springborg, 2019). For at noget skal kunne klassificeres som egentlig deltagelse, skal brugerne også rent faktisk have muligheden for at ændre noget – ikke bare være en del af en flot formuleret rammesætning (Springborg, 2019). Når det er sagt, så er idéen bag den aktive deltagelse, at den skal bidrage til en mere dialogbaseret og demokratisk tilgang til kultur, og således være en faktor i subjektets selv-dannelse og læring (Springborg, 2019)

Denne kritik af deltagelse ligner den samme kritik der ses hos Prahalad & Ramaswamy (2004) når de argumenterer for en ny retning inden for co-creation. Den oprindelige tanke om co-creation, som der ses hos Pine & Gilmore (1999) tillod også kun brugerne at deltage indenfor en specifik rammesætning, i en envejskommunikation, hvor det stadig var virksomhederne der satte dagsordenen og bestemte udfaldet. Prahalad & Ramaswamy (2004) fremlægger en ny tilgang til co-creation, der er mere dialogisk og med en større gennemsigtighed for forbrugerne, der skal bidrage til værdiskabelse både for virksomhed og forbruger. Denne tilgang til værdiskabelse kan overføres til Springborg's (2022) argumenter for deltagelsen som værdiskabelse inden for kulturen.

Værdiskabelse

I dette speciale arbejdes der kun med en enkelt gren af kulturinstitutionerne i Danmark, navnlig de scenekunstneriske institutioner, og under dette mere specifikt Aalborg Teater. Det er vigtigt at anerkende, at ikke alle tillægger de scenekunstneriske institutioner i Danmark den samme værdi, og derfor kan have forskellige holdninger til hvor stor statsfinansieret støtte disse institutioner skal tildeles. Der bliver jævnligt foretaget publikumsundersøgelser, som kigger på danskernes kulturvaner, senest af Applaus (bilag 1). Disse undersøgelser kigger på kulturvaner med baggrund i de danske teatergængeres socioøkonomiske baggrunde, og sammenholder disse med de danske teatres billetsalg. Disse undersøgelser arbejder dog ikke med den værdiskabelse som teatrene har for samfundet, og hvilke opfattelser der findes af denne blandt publikummerne, og blandt den del af befolkningen som ikke går i teatret. De kulturpolitiske argumenter der findes for fortsat statsstøtte til de danske teatre er, at de gavnlige effekter på det enkelte individ, som kreativitet og større udsyn kan sprede sig til resten af samfundet i form af sammenhængskraft og innovationskraft (Bille & Honoré, 2022). Ifølge Bille & Honoré (2022) viser deres undersøgelser ind i det danske publikum og ikke-publikums betalingsvillighed i en teatersammenhæng, at selv dem, der ikke benytter teatret ser en samfundsmæssig værdi i at teatrene bliver støttet økonomisk af staten. Denne værdiskabelse beror sig på identitetsværdi og dannelsesværdi (Bille & Honoré, 2022).

1.2.1 Problemfelt

Når det kommer til evalueringen af og forskningen i effekterne af deltagelse i kulturinstitutionernes virke, er der udfordringer, da definitionen af deltagelse og de komplekse mekanikker og kritikker der medfølger, som nævnt er mange og forskelligartede. Ifølge Hansen (2019) er diskussionen om kulturens værdi for samfundet noget, der optager det kulturpolitiske forskningsfelt i høj grad, og et problem, der er relevant at fremhæve her er, at man i det dette forskningsfelt opererer inde for to retninger: En praktisk retning, der arbejder med udviklingen af nye modeller til evaluering af kulturelle tilbuds indflydelse, og en mere teoretisk retning, der tager kritisk stilling til evalueringen og forskningens indflydelse på brugernes oplevelser og deltagelse (Hansen, 2019).

En anden af de kritikker, der findes af disse evalueringer af brugeroplevelser inden for kulturen lyder på, at den målsætning der findes fra kulturpolitisk side spilder over i evalueringen af værdiskabelsen for samfundet, og dermed gør, at målet for disse kulturelle initiativer om deltagelse bliver målopfyldelsen selv, og tager fokus fra det egentlige mål om dannelse, læring og socialt ansvar (Hansen, 2019). I hele diskussionen om scenekunstnerisk kvalitet har publikum altid været en givet faktor, for uden publikum er der intet teater (Lindelof, 2022). Dog har de teoretiske forståelser af publikums betydning for det scenekunstneriske virke ikke været bakket op af kvalitative og empiriske undersøgelser, og publikums og deres oplevelser i teatret har længe været udeladt i diskussionen om scenekunstens værdi (Lindelof, 2022). Der er derfor behov for at tillægge betydning til publikums oplevelser, da det har betydning for den fortsatte publikumsudvikling på flere parametre. Lindelof (2022) formulerer det således:

”At tillægge publikums oplevelser betydning i analysen af teater er dermed også at fokusere på, hvordan man er publikum. Det gælder både, når det handler om kvaliteten af den enkelte forestilling, om teaterinstitutionens udvikling og om kulturpolitiske idelaer for scenekunstens potentialer” (Lindelof, 2022, s. 32)

Inden for museumsverdenen er der foretaget gæste- og publikumsundersøgelser siden årtusindeskiftet, men disse undersøgelser har skiftet formål og karakter over årene (Drotner, 2022). Med oplevelsesøkonomiens indtog var formålet ved at undersøge museumsgæsternes oplevelser at afdække kulturpolitiske problemstillinger der kunne danne afsæt for kulturpolitisk handling (Drotner, 2022). Denne indsigt er vigtig at have i mente, da det peger på at undersøgelser af publikums oplevelser har flere interesserter og dagsordener end blot publikums gode oplevelser.

På Det Kongelige Teater i København arbejder en afdeling på seks mand med forretningsudvikling og herunder publikumsudvikling for Danmarks nationalscene. Deres tilgang til publikumsundersøgelser beror sig på en blanding af kvalitativ data fra billetsalg, adfærd på hjemmesiden, og adfærd på diverse SoMe platforme. Dette sammenholder de med kvalitative undersøgelser i form af spørgeskemaer, der adresserer publikums oplevelser på og med Det Kongelige Teater (Liisberg, 2022). Der nævnes dog ikke, hvordan (og om) Det Kongelige Teater

anvender undersøgelser, der prøver at dykke ned i den levede oplevelse hos deres publikummer, eller hvordan deres indsamlede data behandles.

Aalborg Teater står overfor et paradigmeskifte i form af nyt lederskab og nye visioner, og skal nu til at sætte rammerne for den fortsatte publikumsudvikling. Derfor er der også behov for 1) at undersøge deres publikums nuværende relation til teatret, og hvordan publikum oplever et gennemsnitligt teaterbesøg, på en måde, der ikke er invasiv for deres oplevelse og 2) at udvikle metoder, der ikke bliver for målorienterede, til fortsat evaluering af publikumsudviklingstiltag, for at måle både kort- og langvarige effekter af disse. En metode til dataindsamling, der har disse karakteristika er *cultural probes* (Gaver, 1999), og det er derfor med udgangspunkt i denne metode at muligheden for at indsamle data om publikums levede oplevelser undersøges i en teatersammenhæng.

1.3.1 Afgrænsning

Denne opgave tager udelukkende udgangspunkt i den publikumsudvikling, der foregår og som er foregået i Danmark. Teater er et universelt sprog, der dog har nationale og regionale forskelle rundt omkring i verden, og det er derfor ikke denne opgaves mål at afdække hvilke initiativer og bevægelser der findes inden for publikumsudviklingen uden for Danmarks grænser.

Det er vigtigt at notere, at respondenterne i denne opgave ikke er diverst repræsentative i andet end alder. Der er i undersøgelsen ikke lagt vægt på respondenternes køn, etnicitet eller seksualitet, og om dette kunne have betydning for deres oplevelser i teatret, da respondentgruppen simpelthen ikke har været hverken stor eller divers nok til at kunne drage konklusioner på baggrund heraf. Respondenterne er fundet gennem et offentligt tilgængeligt opslag på sociale medier, hvorfra de selv kunne melde tilbage hvis de havde interesse i at deltage i projektet. Respondenterne er derfor fundet gennem convenience sampling, og der har derfor ikke været en egentlig udvælgelsesproces, derfor stemmer de heller ikke overens med teatrets nye prioriterede målgrupper.

Jeg er i kraft af min egen ansættelse hos Aalborg Teater, som har været de sidste 8 år, klar over de komplikationer, der kan medfølge når jeg skal lave et projekt, der går ind og graver i selve teatrets identitet og virke. Jeg har forsøgt efter bedste evne ikke at lade mit arbejdsmæssige tilhørsforhold

komme i vejen for mit akademiske arbejde, og har igennem projektet hele tiden været bevidst om at tage så objektivt et standpunkt som muligt. Samtidig anerkender jeg også, at de 8 års arbejde på teatret har givet mig en erfaring og et indblik, som er en fordel i mit arbejde med netop dette emne.

1.3.2 Begrebsafklaring

Oplevelser

Da dette speciale er overvejende metodeorienteret og omhandler indsamlingen af data omkring forskellige respondenters oplevelse i Aalborg Teater er det relevant at tage et standpunkt i forhold til opgavens anskuelse af oplevelser som fænomen. Der henvises i dette speciale til 'oplevelser' med den opfattelse at oplevelser er et samspil af psykologiske og kropslige fænomener, og at oplevelser er noget der foregår i menneskers liv, uanfægtet om vi skaber dem eller ej (Jantzen, 2013). Ifølge Jantzen (2013) er oplevelser, og selve det oplevede noget, der foregår hos subjektet, og at man derfor ikke som sådan kan designe en oplevelse, men blot designe rammesætningen for den oplevelse man ønsker at subjektet skal have (Jantzen, 2013).

Den fortsatte forståelse af oplevelser i dette speciale er derfor med det i mente, at oplevelser er komplekse psykologiske processer, der består af flere strukturer: *"Firstly, experiencing is a coherent structure of present sensing and feeling informed by past experiences. Secondly, experiencing is a specific structure by making us aware of the act of sensing and feeling and by questioning the validity of past experiences."* (Jantzen, 2013, s. 146). Hvad der skal forstås her er, at der findes en psykologisk kompleksitet i det oplevede, idet det oplevede for subjektet består af det direkte oplevede, det sansede og følte. Samtidig er oplevelsen formet af subjektets erfaringer med verden, sig selv og forudgående oplevelser. På denne måde anses det oplevede og oplevelser i dette speciale i et hollistisk perspektiv, hvor en oplevelses forskellige dele og strukturer ikke dissekteres, og oplevelsen ikke er af summen af sine dele, men anses som en kompleks sammensætning af forskellige strukturer.

1.4 Problemformulering

Ovenstående rammesætning og problemfelt leder til følgende problemformulering:

Hvordan undersøger man gennem cultural probes mest effektivt og udbytterigt publikums oplevelser med og relation til Aalborg Teater, og i hvilken konstellation kan digitale oplevelsesteknologier optimere processen for flest mulige involverede parter?

Underspørgsmål/arbejdsspørgsmål:

- Hvordan er Aalborg Teaters nuværende publikumsrelation?
- Hvordan oplever Aalborg Teaters publikum deres teaterbesøg på nuværende tidspunkt?
- Hvilke initiativer kan Aalborg Teater tage for at nå ud til deres ønskede målgrupper?

1.3 Læsevejledning

Det er relevant for læseren at vide, at probe-metoden er anvendt på et rent hypotetisk grundlag, baseret på en nysgerrighed angående anvendelsen af denne metode i en markant kortere tidsramme end der efter mit vidende er afprøvet før. Formålet med at implementere probe-metoden var som udgangspunkt at få en fornemmelse for Aalborg Teaters publikums relation til teatret og dermed besvare første og andet arbejdsspørgsmål. Det var oprindeligt planen at der skulle udvikles prototyper på events, som Aalborg Teater kunne afholde, men probe-metoden viste sig at have så mange spændende facetter, overvejelser, udfordringer og udfald, at den er endt med at blive hovedomdrejningspunkt for hele opgaven. Derfor er formålet med denne opgave, på baggrund af eksisterende teori og erfaringer inden for feltet, at afprøve probe-metoden i en tidsramme, der er begrænset til et gennemsnitligt teaterbesøg, og videre undersøge muligheden for at implementere en oplevelsesteknologisk tilgang til dataindsamlingen hos Aalborg Teaters gæster.

Efter en gennemgang af problemfeltet og problemformuleringen for denne opgave i kapitel 1, vil kapitel 2 afdække opgavens tilgang til den menneskelige erkendelse, og herigennem med hvilket

videnskabsteoretisk udgangspunkt de forelæggende undersøgelser har fundet sted, og problemformuleringen er forsøgt besvaret.

I kapitel 3 afdækkes eksisterende teori om brugen af cultural probes som metode til dataindsamling og der afsøges fordele, ulemper og endnu ubetrådte undersøgelsesmuligheder inden for feltet (Bilag 6). Opgaven vil komme omkring en sammenstilling af probe-metoden og legens kvaliteter, og det er relevant for læseren at vide at dette afsnit ikke er et forsøg på at finde definitionen af hvad leg er, da det ikke er formålet med opgaven, men derimod finde frem til argumenterne for, hvorfor legens kvaliteter understøtter brugen af probe-metoden til dataindsamling, og hvorfor det kan gøre en forskel at tilgå dataindsamlingen med en mere legende tilgang. Dette danner baggrunden for næste kapitel, som beskriver implementeringen af probe-metoden i et prøvepublikums teaterbesøg på Aalborg Teater, under navnet *teater-probes*. Det er på baggrund af denne eksisterende teori at der i kapitel 4 fremlægges et design af disse *teater-probes*.

Kapitel 5 indeholder en fortolkning af datamaterialet fra de anvendte *teater-probes* ved hjælp af den gennemgåede teori fra kapitel 3, og de indsigter der fremkom ved forundersøgelsen til designet af probe-kittet.

Da det i løbet af projektet blev klart at oplevelsesteknologier kunne optimere processen med dataindsamling gennem probes væsentligt, vil der i kapitel 6 blive fremlagt en prototype på en oplevelsesteknologisk løsningsmulighed, som vil være det næste skridt i en videreudvikling af metoden anvendt i denne opgave, og en mulig besvarelse af tredje arbejdsspørgsmål. Dette kapitel vil også indeholde en refleksion over videre arbejde med probe-metoden inden for scenekunsten. Slutteligt vil der i kapitel 7 findes en konklusion og besvarelse på problemformuleringen baseret på projektets udfald.

2. Videnskabsteori

I dette afsnit redegøres for den videnskabsteoretiske tilgang til problemløsningen, herunder opgavens epistemologiske standpunkt. Metodevalget er faldet på en metode, der i høj grad har en fænomenologisk tilgang og opfattelse af de livsverdner som respondenterne lever (Gaver, 1999; Mattelmäki, 2006), og det er også respondenternes møde med omverdenen og deres subjektive erfaring med den, som er genstanden for dette speciales undersøgelser.

Brinkmann (2013) præsenterer en epistemologisk tilgang til studiet af hverdagslivet, som til forskel fra traditionel epistemologi, der ser mennesket som en isoleret erkender, anskuer erkendelsen som en aktivitet. Hermed skal det også forstås, at hvis erkendelsen er en menneskelig aktivitet, så er erkendelsen også altid situeret i en kulturel, historisk eller social kontekst (Brinkmann, 2013). Hvis man anskuer erkendelsen som en menneskelig aktivitet, så er det også nødvendigt at karakterisere de mennesker, man anser som aktive erkendere gennem en filosofisk antropologi (Brinkmann, 2013). Epistemologien er altid relateret til spørgsmålet om ontologi (Brinkmann, 2013) og hvis man følger den pragmatiske tankegang er ontologier redskaber, som kan anvendes til at tænke og man behøver ikke slå sig på en enkelt ontologisk opfattelse af konstruktionen af den sociale verden (Brinkmann, 2013). Brinkmann præsenterer derfor en pragmatisk pluralistisk tilgang til ontologisk tænkning om den sociale verden, gennem den ontologiske trekant (Fig. 1)

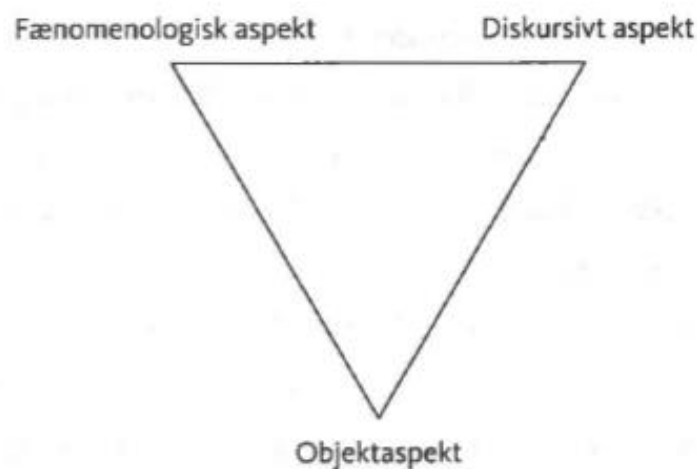


Fig. 1: Den ontologiske trekant (Brinkmann, 2013, s. 57)

I den ontologiske trekant (Fig. 1) præsenteres tre analytiske positioner til udforskningen af hverdagslivet, med den pointe at det sociale indeholder alle tre ting: Det fænomenologiske aspekt, det Diskursive aspekt og Objektaspektet. Det fænomenologiske aspekt henviser til menneskets oplevelse og synliggørelsen af det selvfølgelige, det Diskursive aspekt henviser til en synliggørelse af skjulte diskursive mekanismer, og Objektaspektet henviser til objekter og materialers rolle i konstruktionen af den sociale verden (Brinkmann, 2013). Ifølge Brinkmann (2013) består udfordringen i hverdagslivsforskning i at bevæge sig mellem alle trekantens dele. Ifølge en pragmatisk tilgang vil studiet af den levede oplevelse (det Fænomenologiske aspekt) ikke nødvendigvis udelukke studiet af diskurs eller objekter (Brinkmann, 2013) men snarere tage disse aspekter i mente, da oplevelsen altid vil være formidlet herigennem (Brinkmann, 2013).

Da dette speciale kigger på betydningen af levede oplevelser i hverdagslivet, og hvordan disse kan indfanges og fortolkes til oplevelsesdesignløsninger er det relevant at kigge på denne tilgangs betydning for udviklingen af designfeltet fra et pragmatisk synspunkt. Dalsgaard (2014) argumenterer, at der i pragmatikkens udfordringer findes mange ligheder med de udfordringer der findes i det han kalder *design thinking*, og at pragmatikken kan fungere som en rammesætning for udviklingen af designpraksissen. Et af Dalsgaards pointer er, at hvis man tillægger sig et pragmatisk verdensbillede, og anskuer den menneskelige erkender som situeret i en evigt forandrende verden, der opleves gennem erkenderens oplevelse med samme verden, så minder det om designpraksissens behov for en situeret praksis, der for altid må forholde sig til forholdet mellem teori og praksis i en verden, hvor teori former praksis, og praksis former teori (Dalsgaard, 2014). Designpraksissen er derudover en praksis, der fordrer aktiv forandring gennem teori og idéer, og dette stemmer overens med en pragmatisk anskuelse; at ved at afprøve idéer og teorier i praksis kan vi opdage deres værdi og mening (Dalsgaard, 2014). Denne forståelse skulle efter Dalsgaard's (2014) mening bidrage til en berigelse af diskursen omkring design og selve designfeltets praksis.

3. Metodisk rammesætning

I dette afsnit afsøges og sammenholdes eksisterende teori om anvendelsen af probe-metoden i praksis, og de teoretiske og praktiske udfordringer og overvejelser der medfølger. Dernæst undersøges cultural probes i en kontekst af ludic design, hvor legens kvaliteter og betydningen heraf for probe-metoden gennemgås og undersøges.

3.1 Cultural Probes

Cultural probes er det første term for brugen af probes i kvalitativ dataindsamling. Bill Gaver, Tony Dunne and Elena Pacenti (1999) anvendte *cultural probes* i deres research af ældres brug og opfattelse af deres lokalområder, samt deres forbrug af teknologi på en daglig basis. Denne research skulle bruges til at designe nye interaktionsmuligheder for de ældre i deres lokalområder, for således at øge de ældres tilstedeværelse i bybilledet. Ifølge Gaver et. al (1999) var argumentet for at introducere disse *cultural probes*, at de havde brug for et indblik i de ældre beboeres liv og hverdag, således at de endelige designs blev skabt ud fra indsigter, eller uopdagede mønstre og ikke som en invasiv designløsning. Her fremhæves det at *cultural probes* i denne sammenhæng blev brugt som en mere afslappet form for research, hvor man med en legende tilgang kunne få indsigt i respondenternes liv og hverdag, og på lige fod med astronomiske eller medicinske probes kunne efterlade en *cultural probe*, der over tid ville generere data til designteamet (Gaver et al., 1999; Gaver, n.d.). De ting, der blev inkorporeret i de brugte probes var objekter som postkort, bykort, engangskameraer, dagbøger og klistermærker – alle sammen ting, som de ældre kunne kende fra deres dagligdag, og som de ikke forbandt med akademisk research (Gaver et al., 1999). *Cultural probes* var derfor en del af en ny bølge af bruger-centreret design, som udfordrede de traditionelle metoder ved at indføre eksperimenterende, kreative og holistiske metoder (Mattelmäki, 2006), og samtidig en måde hvorpå man kunne arbejde med de legende kvaliteter som mennesker også rummer (Gaver et al, 1999).

Der er bred enighed om at *cultural probes* er et etnografisk værktøj (Gaver et al., 1999; Celikoglu & Krippendorff, 2017; Krueger et al., 2020), som kan bruges i researchprocesser, hvor tilstedeværelsen af en observant ville være påtrængende (Mattelmäki, 2006; Celikoglu & Krippendorff, 2017). Ved at bruge *cultural probes* som dataindsamlingsmetode gør man respondenterne til eksperter i deres egen oplevelse og dermed også 'reflective practitioners' (Celikoglu & Krippendorff, 2017). Ifølge Sanders & Stappers (2014) er *cultural probes* en del af en

bølge af co-design fænomener, der har vundet stort indpas i design-forskning over de sidste 20 år - både i teori og praksis. I praksis betyder det, at der forud for den traditionelle designprocess er opstået et helt nyt felt, hvori slut-brugeren bliver inviteret ind i højere eller lavere grad, og i teorien betyder det, at researchere nu kan italesætte, sammenligne og forske i de anvendte metoder (Sanders & Stappers, 2014). Cultural probes bliver her nævnt som værende en ud af tre tilgange til *making* i co-design, hvor de andre to er *generative tool-kits* og *prototyper*, herunder ses en sammenligning mellem de tre tilgange (Sanders & Stappers, 2014) (Fig. 2). *Making* skal her forstås i konteksten af at man i designdreven research ikke udelukkende producerer ting i slutfasen af designprocessen, men at *making* er et element, der kan gøre sig gældende i alle designprocessens faser (Sanders & Stappers, 2014). *Making* er derfor i nyere tid ikke 'bare' at konstruere noget som den afsluttende aktivitet, men kan anvendes i de tidlige designfaser i samspil mellem designere og brugere, som en kreativ måde at konstruere mening, og lave 'ting', der kan beskrive fremtidige scenarier, objekter, muligheder, begrænsninger og oplevelser (Sanders & Stappers, 2014).

Table 1. A comparison of the three approaches to making.

	Probes	Toolkits	Prototypes
What is made?	Probes are materials that have been designed to provoke or elicit response. For example, a postcard without a message.	Toolkits (made up of a variety of components) are specifically confirmed for each project/domain. People use the toolkit components to make artefacts about or for the future.	Prototypes are physical manifestations of ideas or concepts. They range from rough (giving the overall idea only) to finished (resembling the actual end result).
Why?	Designers find inspiration in users' reactions to their suggestions.	To give non-designers a means with which to participate as codesigners in the design process.	To give form to an idea, and to explore technical and social feasibility.
What is it made out of?	Probes can take on a wide variety of forms such as diaries, workbooks, cameras with instructions, games, etc.	Toolkits are made of 2D or 3D components such as pictures, words, phrases, blocks, shapes, buttons, pipe cleaners, wires, etc.	Prototypes can be made from a very wide array of materials including clay, foam, wood, plastic, simple digital and electronic elements.
Who conceives?	Designers create the probes and send them to end-users and other stakeholders, often with little or no guidance of how the end-users should treat them.	Designers and researchers make the toolkits and give them to others to use to make artefacts. The process is often facilitated or guided.	Codesigners create the prototypes to envision their ideas and to display and to get feedback on these ideas from other stakeholders.
Who uses?	End-users and other stakeholders individually complete the probes, returning them to the person who sent them out.	End-users and other stakeholders use them to make artefacts about or for the future. Toolkits work with both individuals and small groups.	Designers use the prototypes as design tools. End-users may use the prototypes during evaluative research events.

Fig. 2 – sammenligning af tre tilgange til *making*. *Probes*, *Toolkits* og *Prototyper* (Sanders & Stappers, 2014, s. 9)

Baseret på ovenstående skema (fig. 2) ses det, at Probe-metoden i højere grad er fokuseret mod hvad *er*, og dermed en orientering mod problemidentificering, hvorimod f.eks. toolkits og prototyper er fokuseret mod hvad *kan være*, og dermed fokuseret på fremtidige problemløsninger. Derfor er probe-metoden i høj grad en metode, der kan bruges til at opdage og udforske kontekster, udgangspunkter og gældende problematikker, det være sig både for produkter, services eller oplevelser (Sleeswijk Visser et al., 2005). Ifølge Sleeswijk Visser et al. (2005) kan probe-metoden bruges som *generative research*, hvor slut-brugerne bliver et led i at kontekstualisere et produkt eller en service i den tidlige designprocess. Probe-metoden bliver dermed et led i en videreudvikling af Participatory Design (Schuler & Namioka, 1993), der traditionelt involverede brugerne i den evaluerende del af designfasen (Sleeswijk Visser et al., 2005). Research af Sleeswijk Visser et al. (2005) er hovedsageligt fokuseret på produktudvikling- og design, og de argumenterer her for, at det er af afgørende betydning for brugerinvolverende designprocesser, at brugerne bliver en del af kontekstualiseringen af produktet, idet det gerne skal ende ud med at være noget de rent faktisk bruger. Ifølge Sleeswijk Visser et al. (2005) er kontekst og oplevelse to tæt relaterede termer, der dog adskiller sig en smule; *"A description of a context surrounding a product use builds on the experiences of people. A context has components of time and space, whereas experience always occurs in the context of time."* (Sleeswijk Visser et al., 2005, s. 121). Altså skal det forstås at oplevelser er kontekstbaserede, og at brugskontekst kan vi forstå og definere gennem brugernes oplevelse. Argumentet er derfor, at metoder som *cultural probes* kan bruges til at finde frem til brugskonteksten for et givent produkt/service ved at indsamle data direkte fra folks oplevelser, og dermed få adgang til et gemt lag af brugeroplevelser, som kommer til udtryk i *tacit knowledge* og *latent needs* (Sleeswijk Visser et al., 2005). Da probe-metoden bygger på at respondenterne er selvdokumenterende, giver det et indblik i brugeres personlige kontekst og opfattelser ved at indfange deres behov, følelser og værdier, for derigennem at berige designprocessen (Mattelmäki, 2006).

Ifølge Krueger et al. (2020) er eksisterende bruger-undersøgelsesmetoder inden for brugeres oplevelser ofte baseret på skrevne eller verbale responser, og tager ikke højde for de psykologiske processer, som brugerne undergår imens de befinder sig i oplevelsen. Modsat kan metoder der tager den direkte oplevede oplevelse i betragtning kræve at man som researcher har en dybdegående kendskab til komplekse psykologiske processer, som det oftest ikke er tilfældet i

design-research teams (Krueger et al., 2020). Ifølge Krueger et al. (2020) er cultural probes en metode der kan afdække mange af de psykologiske processer, der foregår i brugerne i deres interaktion med f.eks. et produkt eller service, men er dog i sin enkeltstående form ikke systematiske nok til at kunne genere data, der kan oversættes direkte til konkrete designløsninger, men mere et kreativt input i designprocesser. Krueger et al. (2020) fremlægger derfor en struktureret rammesætning for arbejdet med *cultural probes*, og foreslår en kombination af fokusgrupper og det, de benævner *experience probes*. Baggrunden for navnevalget i dette projekt er ikke uddybet videre end, at researchgruppens hovedformål var at indsamle data, der i sidste ende skulle bidrage til slutbrugernes *positive experience* med telekommunikationsprodukter fra virksomheden som gruppen samarbejdede med, og at det derfor også var disse positive experiences, som de skulle indsamle data om (Krueger et al. 2020). Der uddybes dog ikke yderligere på projektets anskuelse af oplevelsesbegrebet, eller hvad der skal forstås ved *positive experience*. Idéen bag kombinationen af fokusgrupper med probe-metoden er, at begge metoder har mangler, når det kommer til at indsamle komplette data om respondents oplevelser med et produkt/service, men at de i kombination kan supplere hinanden (Krueger et al. 2020). Der stilles helt specifikt en ramme op, som indbefatter, at respondenterne først deltager i en fokusgruppe, og derefter bliver introduceret for experience probes, som de gennem en uge skal interagere med, og herigennem generere data til designteamet. Formålet er dog stadig det samme – at indsamle data fra respondenternes livsverden, som skal informere designprocessen ud fra respondenternes opfattelse af hvad er.

3.2 Cultural probes og data

Cultural probes er i denne sammenhæng, og som tidligere nævnt et kreativt input til designprocessen (Gaver et al., 1999; Sanders & Stappers, 2014; Krueger et al., 2020), men der er desværre ikke forsket så meget i hvordan netop denne data bliver viderebehandlet, og med hvilke udfald. En kritik af den oprindelige dataindsamlingsproces som det ses hos Gaver et al. (1999) er, at selve probe-metoden indbyder til en form for lighed mellem bruger og designer, som er målet med participatory design (Schuler & Namioka, 1993), men at denne lighed forsvinder igen når dataen skal analyseres og anvendes i den videre designprocess, fordi alle analyser og beslutninger derfra overgår til designteamet (Mattelmäki, 2006). Krueger et al. (2020) bevæger sig hen mod en

rammesætning af dataindsamlingen, men kommer ikke omkring behandlingen af den rå data i hænderne på designere. I Gaver et al.'s (1999) oprindelige arbejde med *cultural probes* er informationen omkring selve dataanalysen også sparsom, og en gennemgang af steppet fra dataindsamling til endelige designs er kun forklaret med brugen af en traditionel brainstorm (Gaver & Dunne, 1999). Gaver & Dunne (1999) formår derfor ikke, trods gode argumenter for brugen af *cultural probes*, at få videreformidlet hvilke fokuspunkter deres designteam har haft under udviklingen af de endelige designs, og hvordan de helt konkret har anvendt de indsamlede data.

Celikoglu & Krippendorff (2017) beskriver hvordan deres projekt omhandlede netop rammesætningen for selve brugen af *cultural probes* som metode, og hvordan de afstedkomne data efter indsamling blev behandlet og videreført af designere. I dette projekt var selve målet at se på, hvordan man som designer kunne gå systematisk til værks med analysen af de afstedkomne data fra de anvendte probes, og hovedfokus for dataindsamlingen blev almindelige husgerninger. Ifølge Celikoglu & Krippendorff (2017) faldt valget specifikt på strygning af tøj, da det er en husgerning, der involverer en del steps (vaske tøj, tørre tøj, stryge, lægge tøj sammen) og involverer en del hjælpemidler (vaskemaskine, vaskekurv, tørretumbler, tørrestativ, strygebræt, strygejern). Deres fund tydede på, at de involverede designere i projektet havde tendens til at fokusere på de samme data til brug i deres designprocesser, navnlig respondenternes narrativer omkring strygesituationen, og disses oplevelser og minder omkring samme, der tydeliggjordes i respondenternes samspil med objekterne i de forskellige probes (Celikoglu & Krippendorff, 2017). Designerne var i dette tilfælde meget selektive omkring de etnografiske data, som de udleverede probes genererede, og ifølge Celikoglu & Krippendorff (2017) var designerne især fokuserede på data inden for følgende tre kategorier: Livsstil & miljø, Oplevelse & praksis og Visualisering & Forestillingsevne. Disse kategoriseringer kom ikke fra designerne selv, men var tilføjet efter designprocessens afslutning (Celikoglu & Krippendorff, 2017). Fig. 3 er her tilføjet for klarhed:

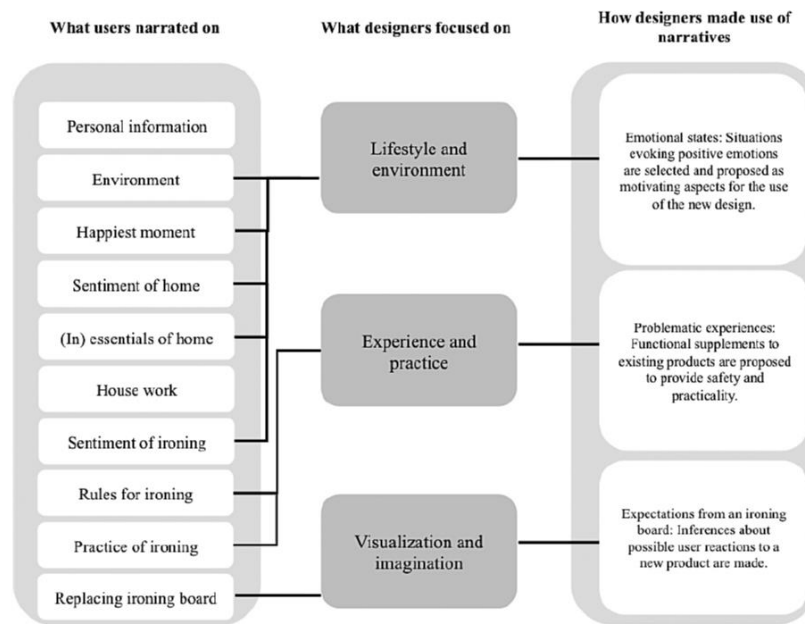


Fig. 3: Fund ved designeres fortolkning af probe-data (Celikoglu & Krippendorf, 2017, s. 96)

Denne kategorisering af data er et forsøg på at systematisere tilgangen til databehandlingen for designere, men er også kun en fod inden for døren til en bredere undersøgelse og rammesætning af probe-metoden som dataindsamling. Celikoglu & Krippendorf (2017) stiller også spørgsmålstejn ved autenciteten af de data, der indsamles og påpeger, at det endnu er uklart om probe-metoden kan bruges som enkeltstående metode, men at den i sin nuværende form med fordel kan bruges i samspil med andre kvalitative metoder som det ses hos Krueger et al. (2020). Der kommer på baggrund af denne undersøgelse ikke nogen mulig forklaring på, hvorfor designerne hovedsageligt, og uafhængigt af hinanden har et hovedfokus på respondenternes narrativer. Det er interessant at bemærke, at Sleeswijk Visser et al. (2005) gør samme observation 12 år tidligere, dog også uden nogen videre undersøgelse af fænomenet. I undersøgelsen fra Celikoglu & Krippendorf (2017) såvel som Sleeswijk Visser et al. (2005) redegøres der ikke for designholdenes forskellige baggrunde og sammensætninger, så det er svært at undersøge nærmere om der kan forekomme forskellige bagvedlæggende bias. Når argumentet for brugen af cultural probes i designprocesser bygger på at metoden kan anvendes for at opfange nogle underlæggende ønsker, drømme og mangler hos en given gruppe og undgå invasive designløsninger (Gaver et al. 1999; Sleeswijk Visser et al., 2005; Mattelmäki, 2006) kunne en videre undersøgelse af fænomenet

omfatte en grundig analyse af designteamets baggrund for at opspore, og potentielt nedbringe forskellige bias fra designteamets side. Om ikke andet, så for at undersøge om der kan drages konklusioner om eventuelle bias i designgrupper baseret på kultur, etnicitet, køn, religion, seksualitet mm.

3.3 Videre anvendelse af cultural probes

Cultural probes har affødt mange variationer af probe metoden som dataindsamling, heraf de tidligere nævnte *experience probes* (Krueger et al., 2020). Derudover kan nævnes *memory probes* (Tsai & van den Hoven, 2018), *Empathy probes* (Mättelmäki & Barnabee, 2002) og *Mobile probes* (Hulkko et al., 2004). I 2006 laver Mattelmäki (2006) et overblik over arbejdet med probe-metoden siden Gaver et al. (1999) udformer termet i 1999. I sit studie af probe-metoden fremhæver Mattelmäki (2006) fire karakteristika ved metoden, der går igen i både litteraturen omkring og anvendelsen af probes i research og designprocesser: Inspiration (til designere), information (om brugerne), deltagelse og dialog.

For overblikkets skyld er de forskellige probe-metoder her forsøgt indsat i en tabel (fig. 4) med en kort forklaring af forskellene mellem de forskellige probe-metoder:

Fig. 4: Oversigt over forskellige probe-typer siden 1999

Probe-type	Researcher	Årstal	Hovedfokus	Tidsramme
<i>Cultural probes</i>	Gaver et al.	1999	Etnografisk værktøj til at indsamle data fra en gruppe respondenter uden en observants tilstedeværelse – til at inspirere og få indblik i respondenteres daglige færden.	Adskillige måneder
<i>Empathy Probes</i>	Mättelmäki & Barnabee	2002	En probe-metode, hvis formål var at undersøge samspillet mellem bruger, designer og virksomhed for at fremme empatiske designprocesser; Til forskel for andre probe-metoder, hvor det ofte er designteamet, der designer probe-kittet, var designet af selve proben et samspil mellem bruger, designere og virksomhed.	

<i>Communication Probes</i>	Westerlund et al. (fra Mattelmäki, 2006)	2003	Et probe-projekt, der omhandlede undersøgelsen og udviklingen af fremtidige teknologier til hjemmet, og involverede flere familier. Denne metode skulle give data, der kunne bruges til videre undersøgelser, og dataen blev derfor ikke analyseret til brug af endelige designs.	Flere år
<i>Technological Probes</i>	Hutchinson et al. (fra Mattelmäki, 2006)	2003	En videreudvikling af de forhenværende Communication probes. Familierne blev givet probes med interaktivt teknologisk udstyr, video- og besked probes, for at måle på flere parametre: Hvordan det teknologiske udstyr blev anvendt i den virkelige verden, og hvordan det rent teknisk fungerede. Samtidig skulle familiernes anvendelse af udstyret inspirere designere til at se nye teknologiske forbedringer og løsninger i familiernes hverdag. Denne probe var ikke baseret på selvdokumentation, men sendte selv data tilbage til researchteamet gennem brug.	Ukendt
<i>Mobile Probes</i>	Hulkko, Mattelmäki, Virtanen & Keinonen	2004	Et forsøg på at effektivisere probe-metoden, der kan være ressourcekrævende, både i tid og materialer. Respondenterne fik udleveret en mobiltelefon, som de skulle bruge til at sende billeder de havde taget med en tilhørende tekst tilbage til researchteamet, som kunne gemme og analysere dataen løbende gennem en webside. Denne webside muliggjorde også to-vejskommunikation mellem researchteamet og respondenterne.	To uger
<i>Design Probes</i>	Mättelmaki	2006	Et paraplyterm for probe-metoderne	

<i>Cultural Probes with sensitizing packages</i>	Sleeswijk Visser et al.	2017	En probe-metode, hvor der bruges cultural probes i sin originale form, men tilføjes et step før, hvor respondenter modtager en <i>sensitizing package</i> , der skal fungere som en slags "opvarmning" til brugen af probes	To uger
<i>Memory probes</i>	Tsai & van den Hoven	2018	En probe-metode hvori omdrejningspunktet er brugeres interaktion med objekter, for at undersøge de spor der efterlades i folks hukommelse ud over almindelige fysiske brugsspor på objekterne.	To uger
<i>Experience probes</i>	Krueger et al.,	2020	En rammesætning for og videreudvikling af cultural probes, hvori man kombinerer brugen af cultural probes med brugen af fokusgrupper.	En uge

Et vigtigt aspekt at have i mente i disse eksempler på brug af probe-metoden er tidshorisonten. Eksemplet med den længste tidsramme ses hos Westerlund et al. (Mattelmäki, 2006) og strækker sig over flere år. I eksemplerne fra Gaver et al. (1999) var deres probes designet således, at materialerne med data skulle sendes retur til researcherne over nogle måneder, og dermed er datagrundlaget i disse to eksempler også det større. I Celikoglu & Krippendorf's (2017) eksempel var tidsrammen syv uger, og i eksemplet fra Krueger et al. (2020) var tidsrammen en uge. Celikoglu & Krippendorf (2017) opdagede, at deres respondenter mente at en cultural probe var tidskrævende, og at probe-metoden derfor kræver en høj grad af engagement fra respondenterne. Derfor er tidsrammen ikke ligegyldig, idet man går ind og beslaglægger en del af respondenternes tid over en længere periode, og man kan stille spørgsmålstejn ved, om den givne tidsramme, hvis den er længerevarende, kan have en effekt på de afstedkomne data. Baseret på gennemgangen af den gældende litteratur omhandlende probe-metoden er det vanskeligt at finde argumenter for dataindsamlingens længde. Da probe-metoden, som tidligere nævnt er en etnografisk dataindsamlingsmetode må tidsrammen for dataindsamlingen derfor også bære præg af længden på tidsrammerne fra den konventionelle etnografi. Her er det relevant at tage et kig på Fokuseret Etnografi (Knoblauch, 2005), som ikke skal forstås som en opposition til den

konventionelle etnografi, men en måde at anskue nutidige etnografiske tilgange i samfundet, og hvordan etnografien må skifte karakter på samme måde som samfundet gør det (Knoblauch, 2005). Ifølge Knoblauch (2005) er research der anvender den fokuserede etnografi karakteriseret ved at have kortere tidsrammer, men så tilsvarende mere intens dataindsamling, der også er muliggjort gennem teknologisk udvikling. At etnografien bliver mere fokuseret er et udtryk for det væld af livsverdener og specialiserede og fragmenterede aktiviteter vi som individer har i det nutidige samfund, og som der er brug for at indsamle detaljer og indsigter om (Knoblauch, 2005). Man kan derfor argumentere at bestemmelsen af selve tidsrammen for brugen af probes som dataindsamling kan tilskrives det faktum, at det er en etnografisk metode, der har rod i den konventionelle etnografis længerevarende tidsrammer, der oftest omfattede bredere kulturelle forståelser. Men når fokusområderne for etnografiske undersøgelser ændrer karakter, ændrer metoden sig også (Knoblauch, 2005).

I alle de givne eksempler har størrelsen på respondentgruppen været begrænset til under eller omkring 10 respondenter, og det har forskellige grunde. Først og fremmest er probe-metoden en kvalitativ metode, der genererer store mængder usystematiserbar data (Celikoglu & Krippendorf, 2017), og argumentet her er, at et større antal respondenter ikke nødvendigvis medfører et bedre datagrundlag, da probe-data som udgangspunkt ikke er generaliserbare (Gaver et al. 1999). Dog kunne det tyde på at yderligere studie og systematisering af metoden, som det ses hos Krueger et al. (2020) kan medføre probe-data som kan bidrage til nogle bredere generaliseringer.

3.4 Cultural probes og leg

Et hovedargument bag anvendelsen af cultural probes til dataindsamling er, at det er en legende tilgang (Gaver et al., 1999), eller som Sleeswijk Visser et al. (2005) formulerer det: *“Sensitizing tools and Cultural Probes both take playful and subjective forms. Small playful exercises trigger the participant to reflect on his/her experiences without analyzing too much.”* (Sleeswijk Visser et al., 2005, s. 126). Her er argumentet altså, at med en legende tilgang kan man give brugerne mulighed for at generere data indenfor en ikke alt for rigid rammesætning, og give dem muligheden for at udforske uden at skulle præstere.

Gaver et al. (1999) argumenterer, at i deres oprindelige designprojekt med cultural probes var respondenterne de ældre borgere i tre forskellige byer, og dermed var de også uden for arbejdsmarkedet. Derved var de teoretisk set sat fri til at opdage og udforske deres omgivelser på nye og overraskende måder (Gaver et al, 1999). Dette argument kommer formodentligt på baggrund af en antagelse af, at ens syn på og anvendelse af ens lokalområde kan skifte karakter når man ikke anvender dette område til transport til og fra arbejde, og at man i sagens natur ikke har den samme strukturerede hverdag når man er en ældre borger på pension, som når man er en midaldrende voksen med arbejde og børn. Omend det fremkommer som et lidt vagt argument, og ikke er videre uddybet hos Gaver et al. (1999) er det tæt relateret til den tankegang, der ligger bag ludic design, som i sine grundprincipper går ud på at designe med en tilgang, der er sat fri for strikse rammer, og som indbyder til udforskning og åbne fortolkninger fra brugernes side (Gaver, n.d.). Ifølge denne tilgang til design fjerner man orienteringen om at nå et bestemt mål, og dermed også fokus på at løse et bestemt problem, og giver istedet brugere mulighed for at indgå i interaktioner og situationer som de kan udforske som de vil (Gaver, n.d.). Gaver's (n.d.) argument for implementeringen af ludic design er, at med teknologiens indtog i vores hverdag og liv, skal anvendelsen af teknologien muligvis sættes ud over målorientering og problemløsning. Hovedpointen hos Gaver (n.d.) er, at teknologien ansues som et hjælpemiddel til vores hverdagslige problemer og udfordringer, men at teknologien i højere grad skal bruges som et hjælpemiddel til mere "formålsløse", eller nærmere mål-løse aktiviteter, der minder mere om leg. Gaver (n.d.) distinkterer mellem "leg" og "spil" med det argument at "spil", set gennem ludic design, ikke kan kategoriseres som leg, da det stadig er målorienteret, og at spil- og underholdningsindustrien har et hovedfokus på mål, profit og vækst, der modstrider legens målløse karakter. Dette er stadig sagt med et fokus på den teknologiske udvikling, men hvis vi for alvor skal designe til *Homo Ludens*, så skal der i højere grad udvikles designs, der har selve legen som formål, og dermed fjerne fokus fra målorienterede aktiviteter (Gaver, n.d.).

Gaver (n.d.) italesætter Johan Huizinga's (1963) definition af det legende menneske, *Homo Ludens*, eller "Man, the player". Huizinga (1963) argumenterer at leg er et helt fundamentalt aspekt af det menneskelige samfund og kultur, og altså ikke bare en aktivitet og kvalitet, som vi oftest tilskriver børn og barnlige sjæle. Et af hovedargumenterne i Huizingas (1963) teorier er, at legens aspekter og rammesætning, særligt konkurrenceaspektet, kan findes i alle dele af den

menneskelige civilisation og den menneskelige civilisations historie; det være sig religion, sprog, festivaller, kunst, sport eller krig. Legens konkurrenceelement er ifølge Huizinga (1963) en fuldstændig nødvendig aktivitet for den fortsatte menneskelige kulturelle udvikling, og han advarer også mod over-mekaniseringen af vores liv og dagligdag, idet det fjerner tid til legen som en facilitator af kreativitet og forestillingsevne. Legen bliver af Huizinga (1963) omtalt med store ord, så når alt er sagt, hvilke af legens kvaliteter er det så, der er så vigtige for os, for design, og hvorfor? Der har igennem tiden været adskillige kritikker af Huizinga's (1963) dybdegående arbejde med legens kulturelle aftryk og indflydelse, og de er for mange, komplekse og irrelevante for denne opgave (idet de nærmest er en opgave for sig at afdække og diskutere). Dog er det relevant at fremhæve Feezell (2010), som stiller spørgsmålstejn ved omfanget af det, som Huizinga (1963) betegner under paraplyen "Leg", og Gaver (n.d.) som italesætter, at Huizinga's opfattelse af "leg" er for konkurrencebetonet. Også Sutton-Smith (1998) stiller sig kritisk overfor Huizingas konkurrenceprægede opfattelse af legens natur med det argument, at det er en overvejende mandschauvinistisk tilgang til legens kvaliteter, der undertrykker feminine værdier, som legen kan bidrage med (Sutton-Smith, 1998). Samtidig efterlader det ikke meget plads til vigtigheden af legens frivole karakter, og hvordan legen er en facilitator af kreativitet (Sutton-Smith, 1998). Sutton-Smith argumenterer yderligere at legen er tvetydig, og ikke kun kan anskues fra et konkurrencepræget aspekt, idet legen kan antage mange former og definitioner alt efter hvilken gren af videnskaben, kunsten eller filosofien man vælger at anskue den fra (Sutton-Smith, 1998).

Feezell (2010) præsenterer forskellige tilgange til leg, og hvilke betydninger legen har for os som mennesker. Med henvisninger til både Huizinga (1963) og Sutton-Smith (1998) gennemgås hvad forskellige 'playologists' (Feezell, 2010) har defineret som leg, og hvilke karakteristikker, der heraf bliver afledt. Ifølge Feezell (2010) er en af hovedkarakteristikkerne ved leg at den er autotelisk – altså at det er en aktivitet man engagerer sig i for aktivitetens skyld, og at målet er selve aktiviteten (Feezell, 2010). Deri ligger også at selve grunden til at man engagerer sig i leg er iboende i selve legen, og ikke på baggrund af ydre grunde eller mål (Feezell, 2010). Udover legens autoteliske karakter er de vigtigste hovedkarakteristikker som Feezell (2010) præsenterer, at leg er frit, forstået således at det er frit for forpligtelser, at det er afgrænset i tid og rum, at det er uproduktivt, idet der intet ydre mål er med legen, og at der er en vis usikkerhed forbundet med

legen, idet udfaldet ikke er defineret på forhånd. Feezell (2010) argumenterer også, at der findes forskellige anskuelser af, hvorledes legen er en udelukkende subjektiv psykologisk tilstand, som er uafhængig af den aktivitet der rammesætter den (Apter, 1991), eller om legen også er defineret af den omkringliggende aktivitet (Feezell, 2010). Apter (1991) argumenterer at legen er en udelukkende psykologisk tilstand, der karakteriseres af at give den legende kontrol, idet legen er iboende i subjektet, der derfor har fuld kontrol over hvornår der leges, og ikke leges, og escapisme, idet den virkelige verden ikke er en del af subjektets legende psykologiske tilstand (Apter, 1991).

Hvis vi accepterer Huizinga's (1963) definition af leg som *"a free activity standing quite consciously outside "ordinary" life as being "not serious", but at the same time absorbing the player intensely and utterly"* (Huizinga, 1963, s. 13), og sammenholder dem med Feezell's (2010) hovedkarakteristikker, så begynder legens definition og rammesætning at ligne selvsamme definition af oplevelser som vi ser det hos Jantzen (2013). Jantzen (2013) argumenterer for oplevelsens forskellige strukturer, på samme måde som Apter (1991) argumenterer for legens forskellige strukturer: At legen (og oplevelsen) skal forstås ud fra et fænomenologisk perspektiv, hvori vi ikke ser på *hvad* der leges (eller opleves) men *hvordan* der leges (eller opleves) (Apter, 1991; Jantzen, 2013). På baggrund af dette kan der antages, at hvis "leg" og "oplevelse" har så lignende kvaliteter i sin rammesætning (Apter, 1991; Jantzen, 2013) og betydning for menneskets liv og kulturelle udvikling (Huizinga, 1963), så giver det mening at inkorporere en legende tilgang til dataindsamlingen i oplevelsesdesign, og udnytte legens tvetydighed (Sutton-Smith, 1998) til at overlade oplevelsens endelige form i hænderne på brugerne. For kort at vende tilbage til argumenterne for brugen af *ludic design* (Gaver, n.d.), så er det netop de mål-løse aktiviteter, der sætter brugerne ud over spørgsmålet om præstation, og giver dem rammerne til at nå frem til i forvejen ukendte konklusioner.

Hvis vi kigger på de nyere tendenser inden for anvendelsen af probe-metoden, som det ses hos Krueger et al. (2020), ser vi, at metoden bliver mødt af kritik for sin alt for løse rammesætning og usikkerhed omkring databehandling (Krueger et al. 2020). Krueger et al. (2020) anvender fokusgrupper og *cultural probes* supplerende i en ret rigid rammesætning, og argumenterer, at i deres projekt skabte denne rammesætning og udybende instruktioner til respondenterne gode resultater. Hvis man tager resultaterne ud af ligningen kan der dog stilles spørgsmålstejn ved hvor

rigid en rammesætning, der kan sættes om brugen af probes før det direkte modarbejder probe-metodens oprindelige formål – den legende tilgang (Gaver et al., 1999; Gaver, n.d.)

Forhåbentligt kan et kontinuerligt studie og udvikling af denne metode både i teori og praksis bidrage til meningsfulde diskussioner og afprøvninger af metodens potentialer og grænser og stadig bibeholde metodens legende tilgang til dataindsamling.

4.Design af Probes

Det er igennem forrige kapitel blevet klarlagt, hvordan probe-metoden kan anvendes til at undersøge og forstå gældende problematikker, kontekster og hvad *er*, istedet for hvad der *kan være*, hos respondenter uden at en observant er tilstede som et muligt forstyrrende element. Samtidig beror metoden på selv-dokumentation, og herigennem gør man respondenterne til eksperter i deres egen oplevelse. I konteksten af publikumsudvikling giver probe-metoden mulighed for at omgå paradokset omkring opnåelsen af diverse målsætninger som blivende målene i sig selv, da probe-metodens legende tilgang til evaluering og dataindsamling fordrer en mål-løs aktivitet.

Ifølge Mattelmäki må designet af probes involvere en vis risikotagning, idet de givne probes skal designes således der er rum til fri fortolkning fra respondenternes side, for at bibeholde den legende tilgang (Mattelmäki, 2006). Dog skal man stadig tage stilling til hvilke spørgsmål man gerne vil have svar på gennem proben, og se på objekterne inkluderet i probe-kittet fra respondenternes perspektiv (Mattelmäki, 2006). Samtidig er det også givtigt at tage det miljø i hvilket proben skal anvendes i mente, idet miljøet i sammenhæng med de spørgsmål man vil have svar på afspejler de objekter der inkluderes (Mattelmäki, 2006). Mattelmäki (2006) argumenterer, at der ikke findes en step-by-step opskrift på et probe-kit design, men at designet af probe-kittet skal bero på de ovenfor nævnte principper.

4.1 Dataindsamling 1. runde

De probe-kit der bruges i denne opgave vil fremover benævnes *teater probes*, for at undgå begrebsmæssig forvirring, idet 'kultur' i de oprindelige *cultural probes* henviser til kultur som samfundsindretning (Gaver, 1999) og 'kultur' i denne opgaves sammenhæng skal forstås som kultur som dannelse. Det blev tidligt i opgaveforløbet klart, at idéerne til indholdet af *teater probes* blev baseret udelukkende på antagelser og eksempler fra forudgående brug af *cultural probes*. Der var derfor brug for at identificere hvilke spørgsmål der ønskedes besvaret gennem probe-kittet, og hvordan. Derfor blev prøvepublikummerne delt i to hold, hvor det første hold, som havde billetter til forestillinger i februar og marts 2023, fik tilsendt et spørgeskema (Bilag 2) hvori de skulle give feedback på deres teateroplevelse og angive nogle forskellige touchpoints i deres kunderejse. Disse data (Bilag 3) blev så anvendt til at oplyse de valg der skulle tages i

designet af de *teater probes* som det næste hold af prøvepublikummer skulle have med under deres teateroplevelse. Ulempen ved denne tilgang er, at antallet af respondenter til dataindsamling gennem *teater probes* er halveret, men forhåbentligt har det medført at designet af selve proben er foretaget på så oplyst et grundlag, at det kvalitative her kan opveje det kvantitative. Som tidligere nævnt, så er denne metode heller ikke beregnet til store respondentgrupper, da dataen er svær generaliserbar. Denne tilgang er inspireret af Krueger et al. (2020) og deres kombination af to forskellige kvalitative dataindsamlingsmetoder, således at man får både verbale og visuelle data fra respondenterne.

Fund ved spørgeskemaer:

De seks respondenter i første del af undersøgelsen lå aldersmæssigt mellem 10-30 år, og havde alle besøgt teatret minimum 1 gang før, dermed havde de allerede forskellige grader af kendskab til teatret. Alle respondenter er bosiddende i Nordjylland, og fælles for dem var, at de på en skala fra 1-5, hvor 1 var en forfærdelig oplevelse og 5 var en fantastisk oplevelse, ikke havde haft en oplevelse, der lå under 4. I uddybningen af deres svar gik især to ting igen: 1. Respondenterne syntes at teatrets hyggelige rammer havde haft en positiv indvirkning på deres besøg, og 2. De følte at der var et højt serviceniveau fra de ansatte, og at dette høje serviceniveau gjorde en positiv forskel for deres oplevelse. I forhold til den temporale rammesætning for teaterbesøget svarede to ud af seks respondenter at besøget for dem, allerede startede da de fik en dato for deres teaterbesøg, og én respondent da vedkommende forlod sit hjem. Yderligere to mente, at den startede, da de trådte ind af dørene på teatret.

Der kommer forskellige holdninger til udtryk, når respondenterne udtrykker sig om den forestilling de så, og det er interessant at notere, at for nogle af respondenterne så ser de udelukkende selve forestillingen som oplevelsen, og tillægger øjensynligt ikke oplevelsens rammesætning større betydning. De tre ting, der havde den mest afgørende betydning for respondenternes oplevelser – både positivt og negativt – var personalet, den forestilling de så, og det faktum at de fik lov at dele oplevelsen med en ledsager. Adspurgte om hvilket aspekt af oplevelsen der var mest afgørende for følelsen af medbestemmelse og indflydelse på egen oplevelse, svarede fem ud af seks respondenter, at det var følelsen af, at teatret var et sted for

alle, at man følte sig velkommen og at teaterbesøget føltes som et selvvalgt afbræk fra dagligdagen.

Selvom respondentgruppen er lille, kan der dog på baggrund af deres besvarelser udledes følgende observationer: 1. Teateroplevelsen starter for halvdelen af respondenterne før de er ankommet til teatret, og der er derfor rig mulighed for at udforske den del af oplevelsen i et videre arbejde; 2. Serviceniveauet og personalets venlighed og imødekommenhed er en afgørende faktor for den gode oplevelse for størstedelen af respondenterne. 3. I forhold til at drage konklusioner omkring betydningen af selve den forestilling som respondenterne så, så kan det være interessant at overveje, om det har haft betydning for respondenternes overordnede oplevelse, at de ikke selv har betalt for billetten, og dermed ikke selv investeret penge i oplevelsen. Dette er ikke noget der vil blive videre undersøgt, blot en observation, der muligvis kan besværliggøre en bredere generalisering af resultaterne fra brugen af metoden.

4.2 Metodedesign:

De 6 hold, der blev sendt i teatret med probes bestod af et skiftende antal respondenter, og var dermed blevet tildelt forskellige formål, som det fremgår af følgende oversigt:

Hold 1: 2 respondenter, 2 forskellige probes (1+2), pilotgruppe

Hold 2: 2 respondenter, 2 forskellige probes (1+2)

Hold 3: 2 respondenter, 2 forskellige probes (1+2)

Hold 4: 2 respondenter, 2 forskellige probes (1+2)

Hold 5: 3 respondenter, 2 forskellige probes (1+1+2) (Aflyst fra teatrets side)

Hold 6: 1 respondent, 1 probe (2) (Aflysning fra respondents side)

Holdene fik udleveret forskellige probes, da der blev taget højde for den sociale dimension af oplevelsen, og at de ikke skulle kunne påvirke hinandens resultater ved at føle at de løste opgaven forkert og derefter rettede ind, eller nåede til enighed om et udfald/svar, der dermed giver skævvredet data. Dette var også et forsøg på at afvige fra at der gik konkurrence og

”opgaveløsning” i udførelsen, ved at fjerne så mange muligheder for sammenligning under respondenternes teaterbesøg.

For at imødekomme for stor forvirring angående deres probe fik alle respondenter i deres probe også en instruktion (Bilag 4), der beskrev formålet med og anvendelsen af de forskellige objekter. Respondenterne blev dog i denne instruktion samtidig gjort opmærksom på at ingen af ’opgaverne’ kunne udføres forkert, og at de kunne anvendes som respondenterne fandt det bedst, skulle de få andre indskydelser undervejs.

Pilotgruppe

Pilotgruppen bestod af et ægtepar på henholdsvis 42 og 46 år. De var ikke særligt udvalgt til at være pilotgruppe, de var ved en tilfældighed de første af prøvepublikummerne, der skulle i teatret med en *teater-probe*. Ægteparret blev udstyret med en *teater-probe* hver, der bestod af forskelligt indhold alt efter om de havde fået probe 1 eller probe 2. Inspireret af forskellige objekter brugt i forrige undersøgelser med probe-metoden var indholdet følgende:

- **En dagbog**, da det er det objekt der går igen i størstedelen af de gennemgåede eksempler. Dagbogen kan måske virke malplaceret, da det oftest har en helt anden tidsramme end et par timer. Dagbogen ses traditionelt som noget, der udfyldes over dage, måneder eller år, og det var derfor en test at inkludere dem i *teater-probe* pakken for at se, om det kunne fungere i et meget kortere tidsinterval.
- **Et kunderejse kort**, igen inspireret af Gaver et al.’s (1999) brug af bykort i deres originale cultural probes. Der var overvejelser omkring implementeringen af et kort over teatret, men da gæsterne oftest ikke bevæger sig rundt på hele teatret, og nogle af gæsterne skulle opleve en teaterforestilling, der foregik i en bus, der kørte rundt i Aalborg, blev det vurderet at kunderejsekortet skulle afprøves i stedet. Med til dette kort fulgte der et ark med klistermærker, som kunne sættes på på de relevante steder på kortet.
- **En mindekasse**, hvori gæsterne kunne gemme et minde fra turen. Dette var inspireret af Tsai & van den Hoven (2018) og deres undersøgelser af folks interaktion med objekter og de brugsspor de efterlader både fysisk og psykisk. Idéen bag denne kasse var at undersøge om prøvepublikummerne kunne nå at skabe en relation til et objekt, som havde en

betydning for deres oplevelse på det korte tidsinterval. De fik ikke udleveret objekter til dette specifikke formål, men mindekassen gav dem muligheden for at gemme objekter de var stødt på undervejs (f.eks. deres billet, forestillingsprogrammet, noget de havde fundet på gulvet, flyers, brochurer etc.)

- **En ståltråd med farvede perler**, der skulle repræsentere forskellige touchpoints under deres teaterbesøg, som så kunne vurderes ud fra en tre-punkts skala, hvor rød var en dårlig oplevelse, gul var en neutral oplevelse og grøn var en god oplevelse. Dette var inspireret af Gaver et al (1999) og deres brug af farvede klistermærker til at få deres ældre respondenter til at vurdere gode og dårlige ting ved deres lokalområder. Prøvepublikummerne skulle ikke notere hvornår de farvede perler blev sat på ståltråden, men den færdige snor skulle give et helhedsindtryk af deres teateroplevelse fra start til slut. Med disse perler kan respondenterne også vurdere oplevelser med service og de fysiske rammer
- **Et portkort**, hvorpå de efter endt teaterbesøg skulle skrive et postkort til en ven eller bekendt og fortælle om deres oplevelse. Dette skulle bidrage til at indfange prøvepublikummernes egne verbale narrativer over deres teaterbesøg, men på en anden præmis end dagbogen. Postkortet giver også respondenterne mulighed for at berette om deres besøg i det temporale omfang de føler det kan henvises tilbage til

Probe 1 indeholdt: Dagbog, kunderejsekort, mindekasse

Probe 2 indeholdt: Dagbog, ståltråd med perler, postkort

Pilotgruppen var forud for deres besøg blevet gjort opmærksom på, at de var den første gruppe, der skulle afprøve teater-probes under deres besøg. Det blev klart, at indholdet i pilotgruppens probes sagtens kunne udvides med ekstra objekter, og idet at postkortet viste sig at være et godt objekt med klare objektiver blev det besluttet at den skulle være i begge probes på lige fod med dagbogen. Ved nærmere eftertanke kunne begge probes også bruge objekter, der talte mere til metodens legende tilgang, samtidig med at den henvendte sig til nogle af teatrets karakteristikker. Der blev derfor tilføjet følgende:

- **En festhat:** Idéen bag denne hat er, at det først og fremmest er en materialisering af udtrykket "at tage forskellige hatte på", som man ser det i udtrykket "at tage ja-hatten på"

eller i sammenhæng med de forskellige roller man kan/skal udfylde i forskellige situationer i ens liv. Samtidig er det et udtryk for en af teatrets karakteristika, navnlig at teatret involverer kostumer og udklædning. Respondenterne skulle selv udfylde hvilken hat de mente at have på når de var i teatret.

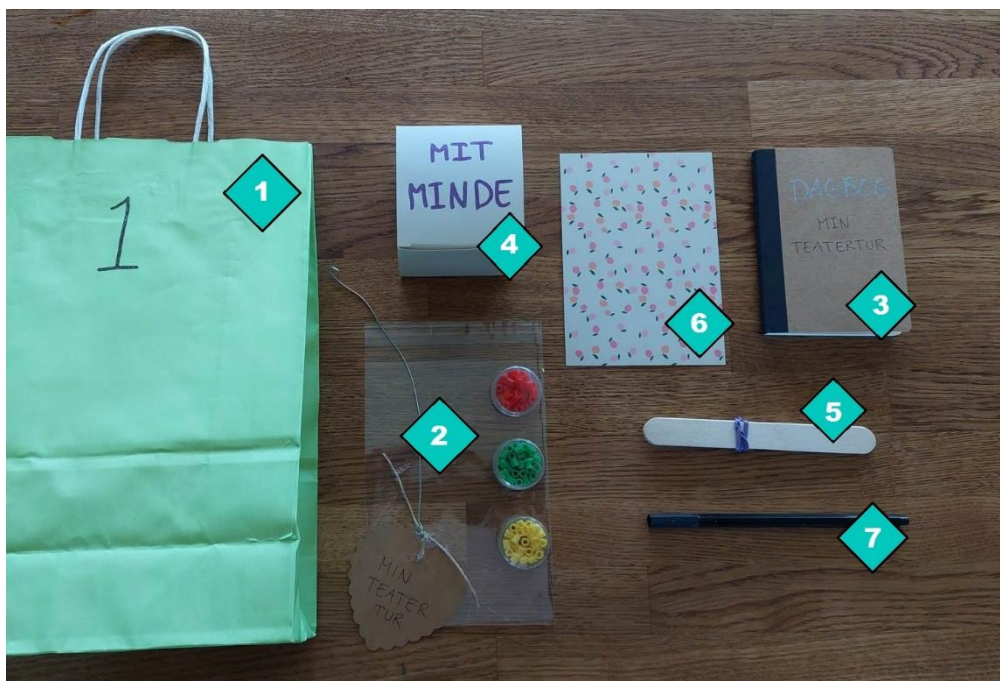
- **Ispinde:** Respondenterne skulle nedskrive et ord, der fortalte noget om deres oplevelse, på hver af de tre vedlagte ispinde. At det var ispinde var i sig selv ikke så vigtigt i praksis, men havde en symbolsk bagtanke. Dette objekt er inspireret af et minde og en personlig association til oplevelsen af at gå i teatret, men også biografen og cirkusforestillinger, der involverer forfriskninger som popcorn, slikkepinde, slikposer eller is, og skulle igen understøtte teater-probes'enes forbindelse til teateroplevelsen.

Udover at blive udstyret med *teater-probes* fik hvert af prøvepublikummerne en mulepose med Aalborg Teaters logo, en drikkevarer, en pose slik og en pose nødder til deres tur i teatret, og som tak for deres hjælp og engagement.

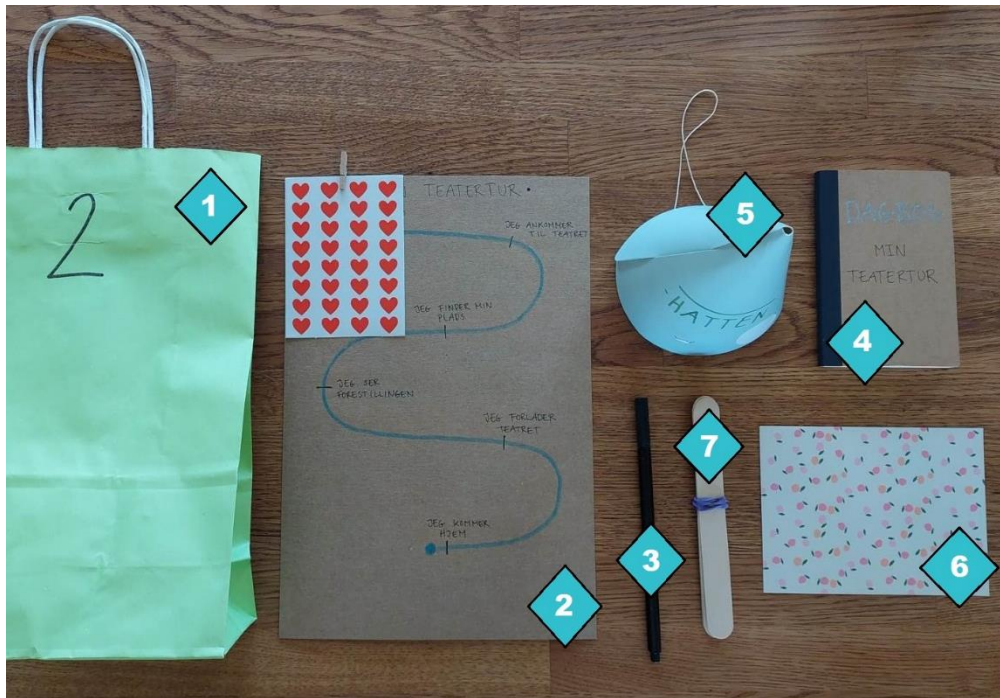
De færdige teater-probes så ud som følger:

4.3 Teater-Probes

Probe 1:



- | |
|--------------------------------|
| 1: Pose til probe |
| 2: Ståltråd med farvede perler |
| 3: Dagbog |
| 4: Mindekasse |
| 5: Ispinde |
| 6: Postkort |
| 7: Kuglepen |

Probe 2:

- 1: Pose til probe
- 2: Kunderejsekort med klistermærker
- 3: Kuglepen
- 4: Dagbog
- 5: Hat
- 6: Postkort
- 7: Ispinde

5. Fortolkning af data

Dataen fra de udleverede teaterprobes blev indsamlet over en periode fra slutningen af april 2023 til midten af maj 2023, og respondenterne oplevede en af tre forestillinger, der spillede på teatret i den periode: "Medarbejderudviklingssamtalen", en co-produktion med Teater STUK, som var en satirisk musikalsk forestilling omhandlende spørgsmålene om work-life-balance i vores samfund, med afsæt i den frygtede eller elskede MUS-samtale. "Drømmefabrikken", som var en site specific forestilling, der foregik i en bus, omhandlende Aalborgs Kommunistiske Forbund KF, og deres virke, drømme og visioner, blandet med historier om Aalborg gennem de sidste 100 år. Sidst var "Nordkraft", en musikforestilling og en moderne fortolkning af Jakob Ejersbo's roman af samme navn, omhandlende ungdomslivet i Aalborg i 90'erne. Ni respondenter ialt var i teatret med teater-probes.

Som tidligere nævnt, så fungerer den afstedkomne data fra probe-metoden overvejende som inspiration til designteams (Gaver et al., 1999), og giver ikke præcis, generaliserbar data. Ifølge Mattelmäki (2006) opstår der en udfordring i en egentlig analyse af probe-data. Dataen fra probes kan kategoriseres som kvalitativ data, idet det indbefatter at se efter forskelle, ligheder, sammenhænge og spor for at forstå subjektet der undersøges, men er i sidste ende usikker, da kvaliteten af dataen afhænger af respondenternes ærlighed i probe-processen, og researchernes evne til at indfange den ønskede data (Mattelmäki, 2006). Analyse er derfor et misvisende ord, når det kommer til behandlingen af probe-data, og Mattelmäki (2006) foreslår istedet, at der foretages en fortolkning. Idet formålet med afprøvningen af probe-metoden var at afprøve den i en kontekst af et teaterbesøg, med en meget kort tidsramme, og ikke som sådan at indsamle data til brug i en egentlig designprocess vil fortolkningen af denne data overvejende fokusere på, hvad denne data kan sige om metodens anvendelse i den givne kontekst, og ikke så meget på hvad disse data fortæller om de individuelle respondenters oplevelse i Aalborg Teater.

Fortolkningerne af den afstedkomne data fra teater-probe-kittet giver derfor følgende indsigter:

Hvis vi først og fremmest ser på de narrativer (Celikoglu & Krippendorf, 2017) angående respondenternes teaterbesøg, der viser sig i deres skrevne ord samt interaktion med objekterne i probe-kittet, så ses det, at stort set alle respondenter har anset selve den forestilling de så som kernen af oplevelsen, og har ikke som sådan tillagt oplevelsens rammesætning (personalets

serviceniveau, de fysiske rammer, turen til teatret eller indholdet af pauserne i forestillingerne) nogen videre betydning. Dette kan ses reflekteret i stort set alle de objekter som respondenterne interagerede med. Man kan selvfølgelig sige, at forestillingen gerne skulle udgøre kernen af oplevelsen for et teaterbesøg, idet selve det at se forestillingen er formålet med at tage i teatret for de fleste. Dette kan være på grund af en diskrepans mellem formuleringen af instruktionen der medfulgte i hver teater-probe, det oplevelsesmæssige udgangspunkt der findes i dette speciale og respondenternes egne opfattelser af begrebet 'oplevelse'.

Man kan på baggrund af data fra perlekæden i probe 1 (Bilag 5a) og kunderejsekortet i probe 2 (Bilag 5b) konkludere at alle ni respondenter har haft en overvejende positiv oplevelse i Aalborg Teater baseret på deres egne tilbagemeldinger, og at de negative bemærkninger der kan findes iblandt dataen hovedsageligt bunder i smag og præferencer møntet på selve den forestilling som de oplevede.

Med undtagelse af nogle få tilfælde var alle 'opgaverne' i de udleverede probes udført, og man kan i den afstedkomne data (Bilag 5) se den legende tilgang reflekteret i respondenternes interaktion med objekterne i probe-kittet. Alle respondenter, der fik udleveret en probe 2, der indeholdt en fest-hat (Bilag 5b), valgte at iklæde sig hatten igennem hele deres teatertur (dette kan ses i deres ledsagers fortællinger om teaterturen i deres respektive probe). Man kan i de medfølgende dagbøger (Bilag 5c) også se en tendens til at tegne istedet for at skrive, og indholdet af disse tegninger vidner om en refleksion over forestillingen imens den oplevedes, og er ikke kun tegninger, der forklarer handlingspunkter i forestillingen respondenterne overværede, eller forklarer teaterbesøgets forløb fra a til b. Dagbøgerne reflekterer generelt meget rammene hvorledes respondenterne har udført opgaverne og med hvilken detaljegrad, og der kan observeres et meget forskelligartet engagement i udfyldningen af disse.

Der viste sig at være forskellige grader af respondenternes åbenhed i forhold til deres oplevelse i teatret, og måske har antallet af objekter for nogen været for overvældende til den korte tidsramme som teaterbesøget har, sammenlignet med andre anvendelser af probe-metoden. Man kan se en forskel i detaljegraden hos de respondenter, der oplevede en forestilling uden pause, og de respondenter der oplevede en længere forestilling med pause, hvor der var tid til refleksion. De

respondenter der oplevede en længere forestilling havde en væsentligt højere detaljegrad i deres interaktion med objekterne, særligt dagbøgerne. Nogle af respondenterne

Nogle af respondenterne så det at tage i teateret med en teater-probe som en oplevelse i sig selv, og italesatte brugen af proben i selve proben. Nogle få af respondenterne italesatte forstyrrende elementer ved brugen af proben i en teatersammenhæng, f.eks larm ved brug af nogle af objekterne, og at mørket i salene bevsærliggjorde skriveprocessen og andre af opgaveudførslerne.

Et aspekt der skal tages i mente i denne fortolkning af dataen fra disse teater-probes er, at både designet af probe-kittet og fortolkningen er foretaget af forfatteren til dette speciale, og at der derfor uden tvivl vil være et iboende bias, som har været svært at komme udenom. Mattelmäki (2006) argumenterer at diskussioner af probe-data i et forum af flere designere er enormt givtigt for processen i at omdanne denne data til egentlige designløsninger, og til et fremtidigt projekt ville det være at foretrække at anvende denne metode til dataindsamling i en større og mere divers gruppe, for at afsøge alle muligheder, der kan findes i den afstedkomne data.

Det bliver klart gennem anvendelse af metoden, at der forekommer en flyvkshed og mangel på rammesætning som det argumenteres af Krueger et al. (2020), og at denne mangel på rammesætning spilder over i fortolkningen af dataen som metoden afstedkommer (Celikoglu & Krippendorf, 2017). Dog blotlægger brugen af metoden med argumenterne for de positive effekter ved dens legende tilgang et paradoks, idet legens kvaliteter fordrer en mål-løshed, og en metode fri for rigide rammesætninger, men at der i udviklingen og anvendelsen af metoden opstår et behov for en rammesætning, således at udviklingen fremadrettet foregår på et fælles grundlag.

En overvejelse, der dukkede op ved en gennemgang af denne data sammenholdt med eksisterende teorier og eksempler på anvendelsen af probe-metoden i praksis er selve lokationen for indsamlingen af denne data. I de fremhævede og nævnte anvendelser af probe-metoden er indsamlingen af data foregået i respondenternes vante omgivelser, hvis ikke deres hjem, så deres nærområde. Med fare for at åbne Pandoras æske, så er det værd at anerkende, at respondenterne i dette projekt er taget ud af deres vante rammer og placeret på en lokation, der er mere et *place* end et *space*, og derfor også både former og er formet af subjektets minder og identitet (Malpas, 2018). Spørgsmålet her er selvfølgelig hvilken forskel det gør for udfaldet af dataen.

6. Teater-probes i en oplevelsesteknologisk sammenhæng

Det blev i løbet af processen med implementeringen af *teater-probes* i respondenternes teateroplevelse, og den store mængde afstedkomne data, klart at processen kunne optimeres væsentligt. En optimering af processen ville ikke blot gavne overblikket og behandlingen af den store mængde data teater-probes genererer, men også lette det store materialeforbrug og materielle for, og efterarbejde der følger med anvendelsen af probes. I et videre arbejde med *teater-probes* kan man med fordel drage inspiration fra Hulkko et al.'s (2004) anvendelse og implementation af *Mobile Probes*, der gjorde brug af mobiltelefoner som probes, som erstatning for probes med fysiske objekter. Dette gjorde dataindsamlingsprocessen i deres projekt mere overskuelig, idet alt data automatisk blev indsamlet og organiseret på servere i samme øjeblik de blev genererede (Hulkko et al., 2004). Samtidig åbnede det også op for muligheden for tovejs-kommunikation, og løbende opdateringer fra designholdet til respondenterne (Hulkko et al., 2004). På baggrund af de observationer, der gøres i dette speciale angående anvendelsen af probe-metoden i et gennemsnitligt teaterbesøg, som er meget kortere end de gennemgåede eksempler i kapitel 3 af brugen af metoden, og med inspiration fra Hulkko et al.'s (2004) *Mobile Probes* stilles der her et forslag til videre arbejde med probe-metoden.

Et forslag til en process-optimering lyder på at transformere de fysiske objekter i *teater-proben* til et app-baseret probe-værktøj, der kan downloades direkte til respondentens smartphone. Denne app kan allerede downloades fra den dato man bestiller sine billetter, og kan beholdes flere dage, uger og måneder efter endt teaterbesøg, og åbner derfor op for muligheden for at udvide datagrundlaget for undersøgelser af teateroplevelsen. Man kan så allerede fra den dag publikum bestiller deres billetter starte selve dataindsamlingen, og efter endt besøg indsamle data omkring de lidt længerevarende effekter af publikums teateroplevelse.

En app-baseret probe vil udover muligheden for tovejs-kommunikation (Hulkko et al., 2004) også åbne muligheden for justeringer og tilpasninger undervejs i dataindsamlingen, samt løbende tilpasse proben til den forestilling som publikum skal se. Samtidig vil der også være større mulighed for at hver probe bliver tilpasset sin bruger, dog stadig i de rammer der tillader en bredere generalisering. Mulighederne for implementering af "objekter" i proben er mange, men for at fremhæve et objekt, der går igen i mange eksisterende probe-baserede projekter nævnes her et objekt, der indfanger visuel data fra respondenterne. I en stor del af de nævnte probe-

projekter anvendes der engangskameraer til visuelt at indfange respondenternes interaktion med eller opfattelse af et givent område, en given opgave eller en given situation. Engangskameraer er dog, trods sin charme og nostalgi, en forældet teknologi, der både er materielt og økonomisk omfangsrig. Ved at tage idéen om visuel dokumentation gennem engangskameraer og overføre dem til brug i en app-baseret probe optimeres processen, og billederne det genererer kan systematiseres og gemmes hurtigere. Dette muliggøres af det faktum, at alle smartphones idag er udstyret med et kamera.

Udover at optimere dataindsamlingsprocessen for Aalborg Teater vil denne adaption fra fysisk probe til app-baseret probe også lette processen for Aalborg Teaters respondenter, da de ikke skal jonglere rundt med et fysisk objekt, men kan anvende deres smart-phone, som de fleste alligevel har på sig når de bevæger sig ud fra deres hjem.

Der er selvfølgelig udfordringer ved denne oplevelsesteknologiske tilgang, idet det fordrer, at respondenterne skal eje en smartphone, og samtidig fordrer at de også er vante brugere af smartphones. Dette kan vise sig at være en udfordring for Aalborg Teaters eksisterende kundesegment, der består af en stor del publikummer over 65, der ikke er så vante brugere af smartphones som det yngre segment. Derfor kan denne implementering virke ekskluderende for det eksisterende kundesegment, men muligvis åbne op for nye muligheder for undersøgelser ind i de nye målgrupper som Aalborg Teater vil satse på fremadrettet. En implementering af en app-baseret probe vil også fra teatrets side kræve mandskab til både udvikling og vedligehold af app'en, både på et rent datalogisk men også konceptuelt plan, samt mandskab til dataanalyse og konceptualisering af nye oplevelsesinitiativer baseret på dataen, der genereres.

Ved at implementere en oplevelsesteknologisk tilgang til dataindsamling gennem probes opstår der selvfølgelig spørgsmål om, om selve essensen af probe-metoden bibeholdes, eller om probe-metoden mister sin karaktersitistiske legende kvalitet. Yelland (1999) argumenterer, i konteksten af børn og legetøj, at når grænserne for hvad der er muligt i den virkelige verden og hvad der er muligt i den digitale verden rykkes og forandres, må vores definitioner af hvad leg er også rykkes. Når traditionelle aktiviteter inden for legens univers kan opnåes gennem nye informationsteknologier, og med fremskridtelsen af den digitale og teknologiske udvikling, må man også forsøge at omfavne de muligheder for læring og dannelse det fordrer (Yelland, 1999).

7. Konklusion

Formålet med dette speciale er at undersøge, om probe-metoden kan anvendes til dataindsamling omkring respondenteres oplevelse af et gennemsnitligt teaterbesøg i Aalborg Teater. Med udgangspunkt i et forestående ønske om et øget fokus på publikumsudvikling, er der i dette speciale forsøgt afprøvet, om og hvordan probe-metoden kan fungere indenfor en tidsramme, der er væsentligt kortere end den, der findes i eksisterende projekter involverende probe-metoden som grundlag for dataindsamling. Der vendes her kort tilbage til den indledende problemformulering:

Hvordan undersøger man gennem cultural probes mest effektivt og udbytterigt publikums oplevelser med og relation til Aalborg Teater, og i hvilken konstellation kan digitale oplevelsesteknologier optimere processen for flest mulige involverede parter?

For at besvare dette blev probe-metoden afprøvet med baggrund i en afsøgning af eksisterende teori omkring anvendelsen og relevansen af samme. Metoden afstedkom frugtbar data, der tillod et indblik i respondenternes levede oplevelse. Samtidig bibeholdte metoden sin legende kvalitet, der også var en givende faktor i dataindsamlingen og den samlede forståelse af respondenternes oplevelse på Aalborg Teater. Der kan stilles spørgsmål ved om dataen er repræsentativ, da respondentgruppen var lille, og ikke diversitetsrepræsenteret. Det blev også klart i løbet af projektet, at metoden kunne optimeres ved en implementation af en app-baseret probe, der minimerer både det materielle og tidsmæssige ressourceforbrug som metoden omfatter. Metoden kan også med udgangspunkt i hvad der allerede er forsøgt i dette speciale udvikles og forfines med yderligere undersøgelser ind i metodens anvendelse. Dette speciales bidrag er først og fremmest en videreudvikling af probe-metoden til brug i kulturinstitutioner, med håbet om at metoden for fremtiden udvikles og undersøges yderligere.

Et forslag til videre arbejde med denne metode inden for Aalborg Teaters rammer, foreligger i form af et forslag om en app-baseret probe, der skal optimere dataindsamlingsprocessen og nedbringe de materielle ressourcer, der både er fysisk pladskrævende og tidsmæssigt ressourcekrævende. Et videre arbejde med denne metode inden for en bredere kulturinstitutionel ramme kunne være at afprøve den i flere kulturinstitutioner, for at skabe et sammenligningsgrundlag. Herfra kunne det være spændende at observere ligheder og forskelle,

og enten afsøge muligheden for eller forkaste idéen om en fælles evaluerende dataindsamlingsmetode inden for den bredere publikumsudvikling. På denne måde kunne man også forsøge at skabe et bedre fundament for en større generaliserbarhed af de anvendte metoder, og de efterfølgende afstedkomne data.

8.Litteraturliste

- Apter, M. J., (1991) A structural phenomenology of play, i Apter, M. J., & Kerr, J. H. (Eds.). (1991). *Adult play: A reversal theory approach*. Lisse: Swets & Zeitlinger
- Bille, T., & Honoré, S., (2022) Teatrenes værdi for publikum og ikke-publikum, i Holdgaard, G., N., Ejgod Hansen, L., & Lindelof, A. M. (2022). *Teater og publikum : i en tid med data, viden og publikumsudvikling* (1. udgave.). Samfundslitteratur.
- Brinkmann, S. (2013). Kapitel 2: Epsitemologiske aspekter ved arbejde med hverdagslivsmateriale, i *Kvalitativ udforskning af hverdagslivet* (pp. 54-80). København: Hans Reitzels Forlag
- Celikoglu, Ogut, S. T., & Krippendorff, K. (2017). How Do User Stories Inspire Design? A Study of Cultural Probes. *Design Issues*, 33(2), 84–98. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00441
- Dalsgaard, P (2014) Pragmatism and Design Thinking. *International Journal of Design*, 8(1): 143-155
- Drotner, K., (2022) Hvordan undersøges kulturbrugere? Erfaringer fra Museumsforskningen, i Holdgaard, G., N., Ejgod Hansen, L., & Lindelof, A. M. (2022). *Teater og publikum : i en tid med data, viden og publikumsudvikling* (1. udgave.). Samfundslitteratur.
- Feezell. (2010). A Pluralist Conception of Play. *Journal of the Philosophy of Sport*, 37(2), 147–165. <https://doi.org/10.1080/00948705.2010.9714773>

- Gaver, B. (n.d.) Designing for Homo Ludens, still. In Binder, T., Löwgren, J., & Malmborg, L. (red.) (2009). *(Re)Searching the Digital Bauhaus* (1. Aufl.). Springer Verlag London Limited.
<https://doi.org/10.1007/978-1-84800-350-7>
- Gaver, B., & Dunne, A. (1999). Projected realities: conceptual design for cultural effect. *Conference on Human Factors in Computing Systems: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems: The CHI Is the Limit; 15-20 May 1999*, 600–607.
<https://doi.org/10.1145/302979.303168>
- Gaver, B., Dunne, T., & Pacenti, E. (1999). Design: Cultural probes. *Interactions* (New York, N.Y.), 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.1145/291224.291235>
- Hansen, L. E. (2011). Hvad er publikumsudvikling. *Scenekunstnetværket Region Midtjylland*.
- Hansen, L., E., En Målestok for Deltagelse, i Eriksson, B., Rung, M. H., & Scott Sørensen, A. (red.) (2019). *Kunst, kultur og deltagelse*. Aarhus Universitetsforlag.
- Huizinga, J., (1963). *Homo Ludens: A Study of the Play-element in Culture*. Gyldendal.
- Hulkko, S., Mattelmäki, T., Virtanen, K., & Keinonen, T. (2004). Mobile probes. *ACM International Conference Proceeding Series; Vol. 82: Proceedings of the Third Nordic Conference on Human-Computer Interaction; 23-27 Oct. 2004*, 43–51.
<https://doi.org/10.1145/1028014.1028020>
- Jantzen, C. (2013). Experiencing and Experiences: A Psychological Framework. In Sundbo, J.; Sørensen, F. (red.), *Handbook on the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Knoblauch, H. (2005). Focused Ethnography. *Forum, Qualitative Social Research*, 6(3).

- Krueger, Pollmann, K., Fronemann, N., & Foucault, B. (2020). Guided User Research Methods for Experience Design—A New Approach to Focus Groups and Cultural Probes. *Multimodal Technologies and Interaction*, 4(3), 43–. <https://doi.org/10.3390/mti4030043>
- Liisberg, A., (2022) Teatre og Data – viden om publikum, i Holdgaard, G., N., Ejgod Hansen, L., & Lindelof, A. M. (2022). *Teater og publikum : i en tid med data, viden og publikumsudvikling* (1. udgave.). Samfundslitteratur.
- Lindelof, A., M., (2022) Med Oplevelsen i centrum, i Holdgaard, G., N., Ejgod Hansen, L., & Lindelof, A. M. (2022). *Teater og publikum : i en tid med data, viden og publikumsudvikling* (1. udgave.). Samfundslitteratur.
- Malpas, J. (2018). *Place and Experience*, Routledge
- Mattelmäki, T. (2006). *Design probes*. Aalto University.
- Mattelmäki, T., & Battarbee, K. (2002, January). Empathy probes. In *PDC* (pp. 266-271).
- Pine, J., B. & Gilmore, J., H. (1999). *The experience economy: Work is a theatre and every business a stage*. Cambridge: Harvard Business School
- Prahalad, C., K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Reckwitz, A. (2019). Singulariteternes samfund. København: Hans Reitzels Forlag. pp. 19-36.
- Schuler, D., & Namioka, A. (1993). *Participatory design : principles and practices*. Lawrence Erlbaum Associates.

- Sleeswijk Visser, F., S., Stappers, P. J., van der Lugt, R., & Sanders, E. B.-N. (2005). Contextmapping: experiences from practice. *CoDesign*, 1(2), 119–149.
<https://doi.org/10.1080/15710880500135987>
- Springborg, L., & Rung, M., H., (2019) Deltagelse som Forstyrrelse og Forandring, i Eriksson, B., Rung, M. H., & Scott Sørensen, A. (red.) (2019). *Kunst, kultur og deltagelse*. Aarhus Universitetsforlag.
- Stage, C., (2019) Faciliteret deltagelse – En typologi til design, udvikling og analyse af deltagelsesprocesser, i Eriksson, B., Rung, M. H., & Scott Sørensen, A. (red.) (2019). *Kunst, kultur og deltagelse*. Aarhus Universitetsforlag.
- Sutton-Smith, B. (1998). *The ambiguity of play*. Cambridge, Harvard University Press.
- Tsai, & van den Hoven, E. (2018). Memory probes: exploring retrospective user experience through traces of use on cherished objects. *International Journal of Design*, 12(3), 57–72.

10. Oversigt over bilag

Bilag 1: Publikumsundersøgelse fra Applaus

Bilag 2: Spørgeskemaer til første respondentgruppe

Bilag 3: Data fra spørgeskemaer fra første respondentgruppe

Bilag 4: Instruktioner til teater-probe 1 & 2

Bilag 5: Data fra teater-probes

Bilag 6: Metode til afsøgning af litteratur

Bilag 7: Vejledergodkendelse af litteraturliste