

KUNSTVÆRKET UNDER LUP

*En designundersøgelse af
museumsoplevelsen i et brugerperspektiv*

*Specialeprojekt af:
Ask Stig Kistvad
Stine Merrild*

*IT Universitetet i København 2017
Digital Design og Kommunikation
Vejleder: Anders Sundnes Løvlie*

ABSTRACT

This thesis describes a museum design that stems from a Research Through Design methodology based on prototyping and user studies. An iterative design process demonstrates three prototypes investigating a user oriented perspective on the museum experience and a museum design. The prototypes let the users search for details in a work of art and provides the user with information about the specific details.

Furthermore, the prototypes provide the user with the ability to ask questions about details that are not present in the application, and by that demonstrate their specific interest in a detail.

From the research, we conclude that the museum visitor shows an interest in the work of art at the museum, and that the design concept has potential of letting the user investigate the art, without being distracted from the design and technology.

INDHOLDSFORTEGNELSE

Abstract	2	Kapitel 5: Iterationer og resultater	25
Indholdsfortegnelse	3	5.1 Sketching og idéudvikling	26
Kapitel 1: Introduktion	4	5.2 Prototype version 0: "Din Streg"	27
1.1 Forskningsspørgsmål	5	5.3 Prototype version 1: "Find Detaljen"	29
1.2 Præsentation af GIFT projektet	6	5.3.1 Fokus på formidling af kunstfagligt indhold	29
1.3 Præsentation af Design Space	6	5.3.2 Udarbejdelse af prototypen	30
1.4 Præsentation af designkonceptet	7	5.3.3 Første testrunde	34
1.5 Value Proposition	8	5.3.4 Indsigter fra første testrunde	35
Kapitel 2: Teori	9	5.4 Prototype version 2: "Find Detaljen"	39
2.1 Museets paradigmeskifte	10	5.4.1 Fokus på detaljerne i kunstværket	40
2.2 Interaktivitet og brugerinddragelse i en museums kontekst	11	5.4.2 Spejlet	42
Kapitel 3: Metode	13	5.4.3 Kunstnerens blik	42
3.1 Research Through Design	14	5.4.4 Tegning på staffeli	42
3.2 Diamantmodellen	14	5.4.5 Fandt du ikke det du søgte?	43
3.3 Observation	15	5.4.6 Ikoner	44
3.4 Interview	15	5.4.7 Anden testrunde	45
3.5 Prototype og test	15	5.4.8 Indsigter fra anden testrunde	47
3.5.1 Prototype	15	5.5 Prototype version 3: "Find Detaljen"	50
3.5.2 Brugertest	16	5.5.1 Tredje testrunde	52
Kapitel 4: Indledende undersøgelser	17	5.5.2 Indsigter fra tredje testrunde	54
4.1 Observationer	18	5.6 Opsamling	57
4.2 Interviews	19	5.7 Videre forskning af designløsningen	58
4.2.1 Interview med en potentiel bruger	19	Kapitel 6: Diskussion	60
4.2.2 Persona	20	6.1 Diskussion af museumsgenstandens vigtighed	61
4.2.3 Persona: Pernille	21	6.2 Diskussion af metode	62
4.2.4 Den nysgerrigt motiverede bruger	22	6.2.1 Rekruttering af testpersoner	62
4.2.5 Interview med ekspert i digital produktion på SMK	22	6.2.2 Den digitale prototype	63
4.3 Designpræmisser	23	Kapitel 7: Konklusion	64
4.4 Opsamling	24	Litteraturliste	66

KAPITEL 1

Introduktion



KAPITEL 1 INTRODUKTION

Dette specialeprojekt beskæftiger sig med museologi i en digital kontekst, og udspringer af GIFT forskningsprojektet ved IT Universitet i København, som herunder vil blive uddybet i opgavens introducerende afsnit. Vi undersøger gennem research through design og interaktionsdesign hvordan vi kan skabe et formidlingsdesign til Statens Museum for Kunst, hvorfor projektet er mundet ud i en digital, interaktiv prototype, som kort vil blive præsenteret herunder, for at give læseren et indblik i designet inden selve designprocessen og resultaterne udfoldes.

Indledende vil læseren blive præsenteret for projektets teoretiske rammesætning og metoder brugt i processen. Her præsenterer vi de største, teoretiske grundtanker vi har arbejdet ud fra og været inspireret af i designprocessen, for at nå frem til vores endelige resultat. Dernæst fremfører vi undersøgelser, iterationer og resultater, hvor vi her dykker ned i designprocessen og udfolder, hvordan vi har tilrettelagt brugertests, udviklet prototyper og foretaget etnografiske undersøgelser, for at skabe grundlag for de designtiltag, vi har udført. Herefter vil vi samle op på de vigtigste indsigter, vi har trukket ud af de forskellige brugertests, vi har afholdt, for at komme frem til vores endelige resultat. Herefter fremlægges et diskussionsafsnit, hvor vi vil diskutere vores efterfølgende viden både inden for museologien i forhold til designprocessen, samt vores metodiske tilgang. Afslutteligt fremgår en konklusion som kort opsummerer undersøgelsens og opgavens resultater.

1.1 FORSKNINGSSPØRGSMÅL

Vi er i vores teoretiske research for projektet blevet bekendte med, at der ses et paradigmeskifte indenfor museologien, og at dette har en væsentlig betydning i museernes arbejde med publikum. Dette paradigmeskifte vil blive uddybet i kapitel 2 og vi vil også i dette kapitel komme med eksempler på dets optræden i konkrete museums kontekster. Vi mener at dette forskningsspørgsmål er relevant, da et paradigmeskifte indenfor museologien, som betegner museets publikum som værende fokus for museet, samt til dels fokus for publikum selv, skaber en interessant mulighed for at designe en digital formidlingsløsning til museet. Museet er ikke længere blot et rum med malerier på væggene og skulpturer på gulvet, men et rum, hvor publikums behov og ønsker er i fokus. Publikum betegnes i højere grad som "brugere" af kunsten og bør derfor også tænkes ind i selve kunstoplevelsen på museerne. Dette paradigmeskifte ser vi derfor være relevant at udforske igennem en designproces.

FORSKNINGSSPØRGSMÅL

Hvordan kan vi designe en formidlingsløsning til museerne, der imødekommer museologiens paradigmeskifte som betegner et fokusskifte fra selve kunstgenstanden på museet, til brugernes behov i forbindelse med en museumsoplevelse?



1.2 PRÆSENTATION AF GIFT PROJEKTET

Som nævnt udspringer dette specialeprojekt af GIFT projektet ved IT Universitetet i København, som er et EU støttet forskningsprojekt, der har fokus på "Meaningful Personalization of Hybrid Virtual Museum Experiences" i samarbejde med et netværk af europæiske museer, kunstnere, designere og eksperter i datalogi, hvor blandt andet Statens Museum for Kunst optræder som uofficiel partner i projektet (IT Universitetet, u.å.).

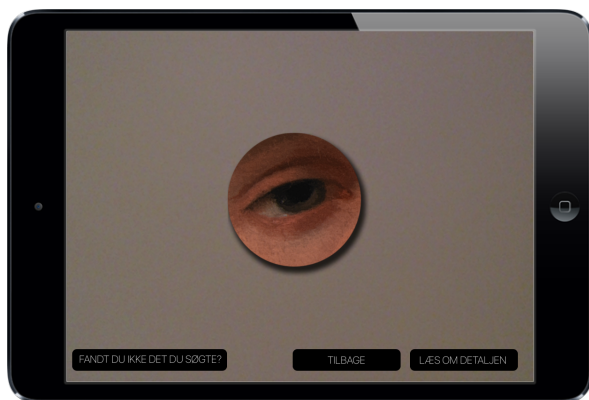
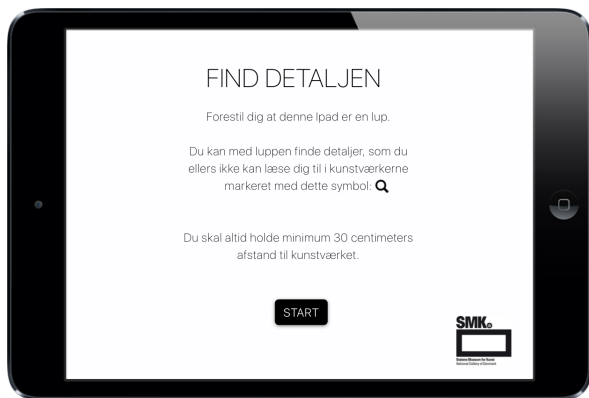
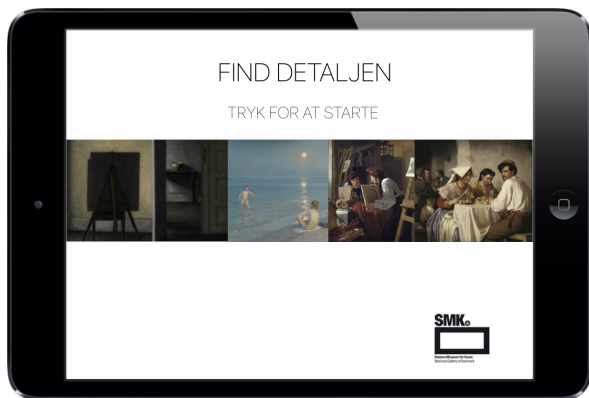
GIFT projektet udmunder i to konkrete, digitale prototyper hvoraf brugeren i den ene, har mulighed for at skabe sin egen museumsoplevelse som en form for playliste, og derefter har mulighed for at dele den med andre brugere (IT Universitetet, u.å.). Den anden prototype er et spil, hvor brugerne har mulighed for at dyste mod hinanden på tværs af lokationer og europæiske museer (IT Universitetet, u.å.). Dette specialeprojekt har ikke til formål at videreudvikle eller bidrage til disse konkrete prototyper, men udspringer som en del af projektet, hvor vi igennem designprocessen har modtaget feedback fra medlemmer af GIFT gruppen samt

gjort brug af, og ladet os inspirere af en række designmetoder, som GIFT har gjort brug af, herunder Augmented Reality (IT Universitetet, u.å.; Shumaker & Lackey, 2014).

1.3 PRÆSENTATION AF DESIGN SPACE

Som nævnt er vores design space Statens Museum for Kunst (SMK), som har Danmarks største samling på omtrent 260.000 værker placeret i Sølvgade i København K (SMK, u.å.d; SMK, u.å.f). Disse værker befinder sig i museets fire faste samlinger: "Europæisk Kunst 1300 - 1800", "Dansk og Nordisk Kunst 1750 - 1900", "Fransk Kunst 1900 - 1930" og "Dansk og International Kunst efter 1900" (SMK, u.å.f). Derudover har museet også skiftende udstillinger, og under dette specialeprojekt har disse udstillinger bestået af "Japanomania" samt "Nordic Highlights", som har haft fokus på dansk og nordisk kunst i perioden 1750 - 1900 (SMK, 2017a; SMK, 2017b). De har begge været design spaces for udviklingen af projektets to prototyper, hvoraf den endelige, digitale prototype er designet til et værk i "Nordic Highlights" udstillingen.





1.4 PRÆSENTATION AF DESIGNKONCEPTET

Vi vil indledningsvist kort præsentere det koncept, som udspringer af designprocessen og undersøgelsen. Dette gør vi for at læseren har mulighed for at forstå nogle af de valg vi beskriver igennem opgaven. Bliver det endelige koncept først beskrevet afslutningsvis, kan meget af forståelsen omkring processen muligvis fremstå uforståelig.

Konceptet er en digital applikation til en iPad kaldet "Find Detaljen", som har til formål at formidle lærerig information til brugeren omkring kunstværkets detaljer.

Applikationen bygger på konceptet omkring Augmented Reality, hvor brugeren ser dele af den virkelige verden i interfacet blandet med digitale elementer (Shumaker & Lackey, 2014).

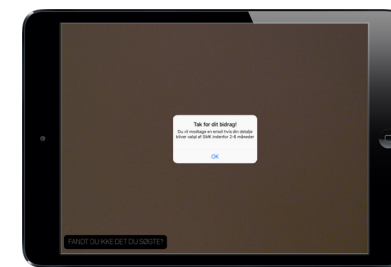
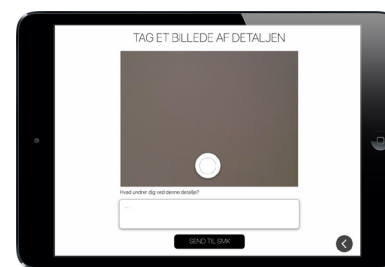
Informationen bygger på kunstværkets historiske kontekst samt symbolske indhold. Måden hvorpå brugeren tilegner sig information om-

kring værket foregår således, at brugeren kan bevæge iPad'ens kamerafelt over et specifikt kunstværk på SMK, hvorefter forskellige detaljer i værket vil afsløres i takt med brugerens afsøgning.

Når brugeren har fundet en detalje, vil denne lyse op på iPad'ens skærm, og brugeren kan herefter enten vælge at læse mere om detaljen eller fortsætte sin søgen.

Applikationens anden, bærende funktion er et feedback system, hvor brugeren har mulighed for at tage et billede af en detalje i kunstværket, som ikke er tilgængelig i SMK's database af detaljer, skrive i et tekstfelt hvad brugeren undrer sig over ved denne detalje og derefter sende det til SMK.

SMK kan herefter vælge, afhængigt af om de har fået flere forespørgsler på den samme detalje, om de har lyst til at inkorporere denne detalje som en del af applikationen. På den måde kan brugeren få stillet sin nysgerrighed omkring elementer, som ikke er en del af applikationen og føle, at de bidrager til applikationens information.



1.5 VALUE PROPOSITION

I forlængelse af præsentationen af konceptet, vil vi kort præsentere værdien i vores design for at kortlægge den oplevelse vi forsøger at skabe med designet.

Værdien er for brugeren, at kunne dykke ned i kunstværkernes detaljerigdom og dermed opnå en højere grad af viden omkring det enkelte kunstværk.

Det er ikke en løsning på et problem, da vi ikke ønsker at alle brugere skal tilegne sig disse informationer om værkerne, og vi ser det ikke som et problem, at visse brugere ikke ønsker at tilegne sig yderligere information omkring kunsten. Vi ønsker samtidigt heller ikke at ændre det museumsformat vi kender på SMK, i dag.

Vi ønsker at skabe et design for de brugere, der har en reel interesse i at have et dybere kendskab til værkerne og dermed aktivt har lyst til at opsøge det igennem interaktion med designkonceptet.



KAPITEL 2

Teori



KAPITEL 2 TEORI

I dette kapitel ønsker vi at introducere den teoretiske rammesætning for det felt, vi har arbejdet indenfor i forbindelse med vores designproces og undersøgelse. Vi vil præsentere forskning, som baserer sig på museet i en digital kontekst og vi vil eksemplificere denne udvikling i konkrete museumssammenhænge.

2.1 MUSEETS PARADIGMESKIFTE

Baseret på vores viden omkring museet som teoretisk felt, finder vi, at der beskrives et paradigmeskifte inden for museumsverdenen, som betegner et fokusskifte fra museumsgenstanden til brugeren. Paul Fischwich beskriver dette skifte kort og præcist i følgende citat:

“Within museums, personalization has been described as a desirable goal. Museum objects, regardless of the type of museum in which they are housed, are discipline-neutral; the objects have many stories to tell, depending on what is desired by each visitor.”
(Fishwick, 2016, s. 4)

Dette paradigmeskifte vil vi i det følgende fremhæve med udpluk af relevant forskning inden for feltet.

Et museum som Statens Museum for Kunst er underlagt museumslovens § 2, hvor det fremgår, at de gennem indsamling, registrering, bevaring,

forskning og formidling har til opgave at være i konstant kontakt med det omgivende samfund (Drotner, Gade, Larsen, & Løssing, 2011). Dette vil derfor også betyde, at de f.eks. i en formidlingssammenhæng er nødt til at forholde sig til den udvikling, som ses i samfundet. En udvikling der anno 2017 indbefatter en stor grad af digital teknologi. Som Drotner et. al. skriver i bogen ”Det interaktive Museum” (2011), så er det “[...] vanskeligt at forestille sig et museum, der ikke er interaktivt.” (Drotner et al., 2011, s. 11). Med interaktivt henviser Drotner et al. (2011) til, at museerne indgår i en vekselvirkning af informationer med andre end blot sig selv og dermed bl.a. lader publikum have en højere grad af interaktion med museet.

Drotner et al. (2011) sætter lighedstegn mellem interaktion og kommunikation og beskriver hvordan kommunikation kan bestå af ren information og derfor som envejskommunikation, samt dialog og altså tovejskommunikation. Danske museer, skriver Drotner et al. (2011), er generelt godt med, når det kommer til envejskommunikation i digital form f.eks. udmøntet i museerne hjemmeside, audioguides og digitale samlinger, mens brugen af tovejskommunikation i danske museer forekommer i mere forskellig grad. Grundene til dette kan ifølge Drotner et al. (2011) skyldes at de digitale dialogbaserede kommunikationsformer er dyre at udvikle, samt at de er med til at udfordre den etablerede forståelse, af måden museer som institution kommunikerer på. I takt med at publikum får adgang til meget af museets materiale online f.eks. i form af digitale kunstsamlinger og desuden kan kommunikere med museet via f.eks. et socialt

medie som Facebook, skabes der dog alternative fokusområder for en museumsoplevelse, og museumsgenstanden som genkendelig enhed kan træde i baggrunden (Drotner et al. 2011). Museet kan i stedet fremstå som katalysator for en museumsoplevelse, hvor publikums personlige engagement og indhold skabes (Drotner et al. 2011).

Dette fokusskifte, fra kunstgenstanden til publikums engagement, vidner desuden om et fokus på selve den oplevelse, som publikum er med til at skabe og som de får på museet. Dorte Skot-Hansen har netop med bogen ”Museerne i den danske oplevelsesøkonomi” (2008) fokus på, at vi inden for museumsverdenen er gået fra en oplysende ”ekspertformidling” af kulturen til en oplevelsesmættet, attraktionsbåren og subjektiv dialogbaseret formidling af kulturen. Ifølge Skot-Hansen (2008) bunder denne udvikling i, at museerne er i hård konkurrence med andre former for oplevelsesattraktioner, som indgår i publikums hverdag. Selvom et museum er statsstøttet og i mange tilfælde er en non-profit organisation, må det ifølge Skot-Hansen (2008) derfor stadig være i stand til, at kunne navigere i oplevelsesøkonomiens udvikling, som indebærer konkurrence på synlighed og sanselighed. I antologien ”Cybermuseologi – kunst, museer og formidling i et digitalt perspektiv” (2015), behandles samme skifte, fra den statiske og traditionelle udstillings- og kommunikationsform til en digitaliseret kommunikationsform (Larsen, Gade, & Hansen, 2015). Paradigmeskiftet, som det betegnes i antologien, lader publikum få en mere fremtrædende rolle i museernes arbejde med kunst og formidling.



Brugernes individuelle behov træder frem, da de gennem digitale medier, kan være med til, f.eks. at selekttere indhold eller selv skabe indhold (Larsen et al., 2015). Men hvordan imødekommer man et publikum som efterspørger en højere grad af involvering i det de forbruger? De to museums-eksperter Nina Simon og John H. Falk har skrevet hhv. "The Participatory Museum" (2010) og "Identity and the museum visitor experience" (2009) og begge indgår de i ovennævnte antologier. Hovedpointen for Falk og Simon er, som tidligere beskrevet, at netop paradigmeskiftet i museumsverdenen lader publikum indgå i en helt central rolle på museerne og derfor bliver fokus, for både museet, men også for dem selv i et forsøg på at imødekomme en personlig identitet. Falks pointe berører her, at individets identitet ikke kan over- ses i en museumssammenhæng og at mennesket som individ, har forskellige præferencer, når det kommer til at indgå i en museumsoplevelse, og at museerne er nødt til at have dette for øje, hvis de ønsker at give deres publikum den bedste oplevelse (Falk, 2009).

Museumsoplevelsen påvirkes og motiveres ikke udelukkende af museers karakter og udstillinger, men i lige så høj grad af opbygningen og understøttelsen af den besøgendes personlige identitet, ifølge Falk (2009).

Falk (2009) underbygger sin undersøgelse med fem typer af museumsbesøgende ud fra deres motivationsbehov, som ser således ud: Explorer, Facilitator, Professional/Hobbyist, Experience seker og Recharger. De fem typer fremstår således som brugeren der er motiveret af nysgerrighed og

som desuden bliver inspireret af ny læring, brugeren der er motiveret af det sociale og læring for andre, brugeren der er motiveret på baggrund af sin hobby eller sin professionelle lidenskab, brugeren der er motiveret af selve museet som destination og sidst brugeren som er motiveret af en spirituel oplevelse væk fra hverdagen (Falk, 2009). Selvom der kan forekomme kombinationer af disse typer, og at enkelte museumsbesøgende ikke er i besiddelse af en stærk motivation for sit besøg, så har Falks undersøgelse vist, at størstedelen af de besøgende træder ind på museet med en dominerende motivationsfaktor (Falk, 2009).

Der ses generelt, indenfor museumsforskning, en tendens til at ville lære så meget som muligt om museets publikum. Forskningsstudier indenfor området, resulterer ofte i en segmentering af de museumsbesøgende, så museet kan blive mere publikumsorienteret (Falk, 2009; Pitman & Hirzy, 2010; Fishwick, 2016). Det er imidlertid en umulighed at imødekomme alle besøgendes behov, da der kan være en høj diversitet iblandt disse, ifølge Nina Simon (2010). Nogle museumsbesøgende vil foretrække den traditionelle og statiske udstillingsform, mens andre vil finde det interessant at deltage aktivt i de muligheder for deltagelse, som museet indbyder til (Simon, 2010). Falks næsten 40 år lange undersøgelse på området, er dog en inspiration for Simon, som beskæftiger sig med de helt konkrete tiltag, som et museum kan arbejde hen imod, i forsøget på at imødekomme sit publikum og give dem rum til at engagere sig og gå i dialog med museet (Simon, 2010).

2.2 INTERAKTIVITET OG BRUGERINDDRAGELSE I EN MUSEUMSKONTEKST

I 2014 lancerede Trapholt Kunstmuseum i Kolding udstillingen med navnet "DIN udstilling", som i høj grad gjorde brug af sit publikum, som aktiv medspiller i forbindelse med udstillingen (Trapholt, 2014). Trapholt indgik et samarbejde med softwarevirksomheden Cordura A/S og skabte en udstilling, hvor de aktuelle udstillingsværker kunne kurateres individuelt af publikum, via digitale stationer rundt på museet. Museet skabte her mulighed for en medskabende dimension for publikum, som ligeledes kunne dele sit bidrag på sociale medier og dermed indgik i en social dimension. Med tryk på DIN, forsøgte museet derfor, at lade den enkelte besøgende sætte sit helt personlige præg på udstillingen og deres oplevelse af denne: "Målet med DIN udstilling er at åbne for nye og individuelle oplevelser af kunsten.", skriver museet på hjemmesiden (Trapholt, 2014). Publikum fik med denne udstilling altså mulighed for, at tilføje noget ekstra til oplevelsen af udstillingen, som involverede deres personlige engagement og viden. Det denne udstilling kunne, var at lade publikum tage aktivt del i den måde de går til kunsten på. Det kan være et spørgsmål om, at vælge til og fra i forbindelse med kunstværkerne, afhængigt af den enkelte persons interesseområde, samt aktivt at sætte sit præg på udstillingen i form af et engagement og en involvering i formidlingen af udstillingens værker.



Et andet museum, som ligeledes har haft fokus på det personlige aspekt i forbindelse med en museumsoplevelse, er Cleveland Museum of Art, som har udviklet en app kaldet "ArtLens" (The Cleveland Museum of Art, 2013). Applikationen kan downloades gratis til en iPhone, iPad eller Android i forbindelse med museumsbesøget og giver museumsgæsten mulighed for at se video, læse tekst, høre lyd og se billeder omkring de enkelte kunstværker på museet (The Cleveland Museum of Art, 2013). Det er ligeledes muligt at gemme kunstværker og dermed skabe en helt privat favoritliste på museet. Applikationen kan via navigation, lokalisere hvor på museet brugeren befinder sig, og dermed give helt aktuel information om de værker, som er i nærheden (The Cleveland Museum of Art, 2013). De værker som er en del af ArtLens kan scannes og tilføre brugeren viden via videoklip, tekst og billeder og kan ligeledes informere omkring andre værker på museet, som har en relation til det aktuelle værk (The Cleveland Museum of Art, 2013). Applikationen skaber altså en helt unik formidlingsform for brugerne, som kan give dem mulighed for, at dykke ned i historier om værket og desuden samle værker til en helt privat rute på museet, som kan deles på sociale medier (The Cleveland Museum of Art, 2013). Applikationen blev i 2014 kåret til "Best of the Web" i kategorien "Mobile" af teamet bag "Museums and the Web" og bliver beskrevet som banebrydende for sin tid (Museums and the Web, 2014).

Statens Museum for Kunst har selv beskæftiget sig med digitaliseringen af museet og fik med støtte fra bl.a. Nordea-fonden mulighed for, over en

5-årig periode med afslutning i 2013, at lancere en gennemgående digital strategi for museet, kaldet "SMK Digital" (SMK, 2010). Med denne strategi skulle museet digitaliseres og gøres tilgængeligt online. Der skulle skabes mulighed for at inddrage brugerne på alternative måder og digitale medier skulle benyttes i forbindelse med formidlingen på museet (Rosenvold Hvidt & Sanderhoff, 2009). Formidlingen skulle med "SMK Digital" være nyskabende og skabe en højere grad af lighedstegn mellem internettet, brugeren og kunsten:

"Opgaven går ud på at gennemtænke styrkerne i det digitale univers frem for at se nettet som et forfladigende medie, der ikke kan have noget med den "rigtige" kunstoplevelse at gøre." (Rosenvold Hvidt & Sanderhoff, 2009, s. 25).

SMK skabte derfor en hjemmeside, hvor kunsten kunne undersøges hjemmefra og dermed give brugere mulighed for, at afsøge netop de elementer ved de enkelte værker, som de fandt interesse for. SMK ønskede med denne tilgang, at fjerne museet fra den autoritære og elitære identitet, som de gav udtryk for skabte afstand til brugerne, og i højere grad lade brugerne "bruge" kunsten (Rosenvold Hvidt & Sanderhoff, 2009). Blandt andet med tiltaget "Kunsthistorier", som er en del af SMK's hjemmeside, kan brugerne afsøge enkelte af museets kunstværker hjemme i privaten.

Med "Kunsthistorier" giver SMK brugerne mulighed for, at kunne gå i detaljer og på opdagelse i kunsten, og samtidig blive ledt videre til andre værker, som har en reference til det værk de først

havde fokus på (SMK, u.å.e). SMK ønsker med denne løsning, at give brugeren mulighed for, at komme i nærkontakt med kunsten og skabe en naturlig overgang fra det ene kunstværk til det næste:

"Brugeren skal få en fornemmelse af at kunne "røre ved" kunsten med musen og af at trænge gennem flere fordybelseslag, når hun klikker sig igennem kunsthistoriers indhold." (Rosenvold Hvidt & Sanderhoff, 2009, s. 27).

Det er altså for SMK vigtigt, at museumsoplevelsen ikke nødvendigvis slutter med et besøg i museets udstilling, men at den museumsbesøgende kan forvente noget mere, nemlig at kunne tilgå kunsten hjemme bag skærmen, ud fra egne interesser.

Baseret på ovenstående teori og de efterfølgende eksempler på deltagelsesorienterede museumsoplevelser for brugeren, har vi en forventning om, at brugerne efterspørger oplevelsen af, aktivt at kunne være brugere af kunsten på museet, samt medskaber af den formidling, som de får tildelt på museet. Vi forventer at førnævnte paradigmeskifte skaber en mindre grad af opmærksomhed på selve kunstgenstanden på SMK, fra publikum, og at deres personlige motivation og engagement for at besøge SMK, i højere grad kan være drivkraften for et besøg på museet. Vi er derfor interesserede i, at finde frem til en designløsning, som kan imødekomme dette paradigmeskifte, og lade brugeren tage aktivt del i udvælgelsen og tilblivelsen af formidlingen på SMK. Men først ønsker vi at gå i dybden med de metoder, som vi har benyttet i forbindelse med udviklingen af designkonceptet.





KAPITEL 3 METODE

Dette afsnit vil beskrive vores metodiske rammesætning, som vi har fulgt og gjort brug af igennem processen. Vi vil komme ind på de metoder og værktøjer som har inspireret os igennem vores proces, både i en forskningsammenhæng med etnografiske metoder, såvel som i en designsammenhæng med prototype- og testmetoder.

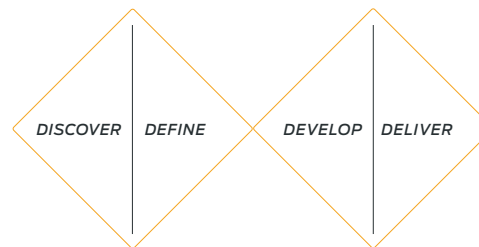
3.1 RESEARCH THROUGH DESIGN

Vi tager som interaktionsdesignere afsæt i grundtanken *Research Through Design*, som er med til at danne en metodisk rammesætning for denne designproces (Zimmerman, Forlizzi og Evenson, 2007). Som navnet udtrykker, så er Research Through Design en metode hvor igennem et givent design undersøges i et procesforløb. Dette procesforløb kan udvikle sig igennem forskellige metoder og forskningsformer, som bidrager til vores designproces, såsom HCI (Human-computer interaction), etnografiske undersøgelsesmetoder og prototyping teknikker (Zimmerman et al., 2007; Löwgren & Stolterman, 2004). Som interaktionsdesignere kan vi bidrage til forskningen ved at adressere problematikker med disse metoder og værktøjer, og med et design kan vi være med til at ændre den verden, vi er en del af, til et ønsket stadie (Zimmerman et al., 2007). At være med til at ændre verden er store ord, men det der menes er, at de mindre dele, som kan afhjælpes med et design, potentielt kan gøre verden til et anderledes sted at

leve i: *“Digital artifacts contribute to shaping the way people can live their lives; they become important parts of people’s everyday environment.”* (Löwgren et al., 2004, s. 11). Med vores designløsning kan vi derfor være med til at afhjælpe en given problematik, eller være med til at ændre på nogle normer i samfundet. Vi har igennem vores designproces gjort brug af forsknings- og metodetraditioner indenfor interaktionsdesign og Research Through Design, hvoraf disse vil blive udfoldet løbende i dette metodeafsnit.

3.2 DIAMANTMODELLEN

Som værktøj og illustration over vores designproces, tager vi udgangspunkt i den specifikke model *The Double Diamond Design Process Model* (Design Council, 2007). Denne model gør det muligt at beskrive vores fremgangsmåde fra start til slut; fra vores brede undersøgelse af feltet, til de mere konkrete løsningsforslag vi fremstiller og tester på brugerne. Modellen introducerer de fire faser: *Discover, Define, Develop* og *Deliver*, som er kategoriseret ved en iterativ divergent og konvergent fremgangsmåde (Design Council, 2007).



Figur 1: *The Double Diamond Design Process Model*

Som modellen viser, så er en designproces sjældent en lineær proces, men en proces der former sig fra det abstrakte og afsøgende, til de mere konkrete definitioner på designs, men i en hele tiden iterativ udvikling (Löwgren et al., 2004). Vi vil løbende i opgaven referere til denne model, for at identificere hvor i processen vi befinder os. Procesmodellen skal dog ikke ses som et værktøj, som følges konsekvent, men som en model der gør det muligt for os, at forholde os til en overordnet fase med underliggende faser. Det vil derfor også blive tydeligt i opgaven, at vi springer frem og tilbage i modellen, specielt imellem Discover og Define faserne, da der løbende i processen kommer nye indsigter, som er med til at ændre på selve løsningsidéen. Som Löwgren et al. (2004) beskriver det, så er designprocesmodeller ikke tiltænkt som værktøjer der skal følges slavisk, eller specifikke opskrifter for designere at designe ud fra. Vi bruger procesmodellen og metoderne som en måde hvor på vi kan finde inspiration og starte vores designproces ud fra. Men da vi blandt andet beskæftiger os med og arbejder ud fra principperne i *“Thoughtful Interaction Design”* skrevet af Löwgren og Stolterman (2004), så forholder vi os netop kritisk til disse modeller, metoder og tilgange, og bruger dem snarere som pejlemærker i stedet for at lade dem diktere processen. Vi er som designere, ifølge Löwgren et al. (2004) nødt til at stole på vores egne refleksioner i forhold til processen og vores designløsning.



3.3 OBSERVATION

Som en del af vores indledende undersøgelsesfase foretog vi tre observationer for at få et overblik over det designspace, vi befinder os i. Vi forsøger igennem observationer at kortlægge den verden, vi befinder os i, og dette gør vi ved at observere og indgå i en *Natural Setting* (Blomberg & Burrell, 2009), i dette tilfælde museumsverdenen. Derfor valgte vi at observere indledende på Moesgaard Museum, ARoS og Statens Museum for Kunst, for at få en forståelse for den verden, vi har tænkt os at skabe et design til. Ved at observere museums-gæster i færd med at bruge interaktionsdesign eller teknologi på museer får vi et indblik, som vi ikke ville kunne tilegne os ved hjælp af interviews, da disse brugere netop er i deres *Natural Setting* og ikke er forstyrret af forskere, som bryder med de observerede personers naturlige aktivitet og færden (Blomberg et al., 2009). Vores rolle som forskere i observationerne har været *Observer-participant*, som er den inaktive rolle der blot observerer uden at forstyrre eller deltage i de observerede personers aktiviteter (Blomberg et al., 2009).

3.4 INTERVIEW

Vi har i undersøgelsen gjort brug af Steinar Kvale og Svend Brinkmanns interviewteknik fra værket "InterView - introduktion til et håndværk" (2009) og især den teknik, som kaldes *Semistruktureret Interview* (Kvale et al., 2009). Her lavede vi en tematisk opbygning for interviewet, som vi har forberedt forinden, samt en interviewguide. Men vi besidder samtidig en åbenhed overfor inter-

viewpersonen i forhold til, at komme med nye temaer eller spørgsmål, som vi ikke har forberedt til at starte med (Kvale et al., 2009). Blomberg & Burrell (2009) gør desuden i artiklen "An Ethnographic approach to Design" opmærksom på, at man med fordel kan benytte en åben form for interview i det tidlige stadie af en undersøgelse. Den ustrukturerede interviewform, giver designerne en frihed til at spørge ind efterhånden som et interview udvikler sig, men samtidig forholde sig til de vigtige emner for undersøgelsen (Blomberg et al., 2009). Senere i designprocessen kan man gå væk fra de brede spørgsmål, og skabe et mere struktureret interview, for at få svar på helt konkrete spørgsmål (Blomberg et al., 2009).

Igennem kvalitative forskningsinterviews fortolker vi vores potentielle brugers verden, og drager ud fra disse udsagn konklusioner omkring hvem det er vi designer til, igennem tolkning af disse udsagn (Kvale et al., 2009). Dette er blandt andet også det vi gør, når vi udformer en persona (Nielsen, 2014), som vil blive uddybet senere i opgaven, og det er med etnografiske metoder som disse, at vi skaber resultater som fører til nye designtiltag- og iterationer i vores proces.

3.5 PROTOTYPE OG TEST

Følgende afsnit vil beskrive de metoder vi har gjort brug af i vores prototype- og testfaser, som har udgjort store dele af designprocessen. Vi har igennem designprocessen udarbejdet flere forskellige prototyper på baggrund af følgende brugertest- og prototypemetoder.

3.5.1 PROTOTYPE

Igennem vores prototypefase har vi ladet os inspirere af Stephanie Houde og Charles Hill's "What do Prototypes Prototype?" (1997) og den kategorisering af prototyper, de har udarbejdet i deres teoretiske rammesætning. Houde og Hill beskæftiger sig med fire forskellige slags prototyper til udarbejdelsen af interaktivt design: *Role, Look and feel, Implementation og Integration* (Houde & Hill, 1997). Formålet med at kategorisere prototyper er, at vi som designere kan teste specifikke funktioner til specifikke formål med de pågældende prototyper, når vi udvikler dem (Houde et al., 1997). Eksempelvis har vi som en del af vores brugertests gjort brug af low fidelity prototyper i pap, hvor vi har haft forskellige fokuspunkter. Role prototyper kendetegnes ved, at vi prototyper ud fra den rolle designet skal spille i brugerens liv – hvordan er dette design brugbart for brugeren, og hvilken funktionalitet har det? Denne form for prototype definerer endnu ikke hvordan prototypen skal udformes æstetisk (Houde et al., 1997). Look and feel bærer præg af den konkrete oplevelse af prototypen samt de æstetiske kvaliteter og prototypens fysiske form (Houde et al., 1997). Den sidste form for prototype Houde og Hill beskæftiger sig med er Implementation prototypen, som har til formål at dykke ned i de tekniske detaljer af prototypen – her går man ind og undersøger hvordan den ville blive implementeret i en konkret situation, og er derfor også den sidste prototype Houde og Hill beskæftiger sig med i deres model (Houde et al., 1997). Når man som designer både har kortlagt hvilken rolle designet



spiller i brugerens liv, skabt en konkret oplevelse og brugssituation, samt etableret en fysisk form og implementation af prototypen, når man til den fase, som Houde og Hill kalder for *Integration* (Houde et al., 1997). Dette er en prototype af den reelle brugeroplevelse, og det er her der gøres brug af al den læring man har fra de tidligere prototyper, for at skabe en prototype som er så tæt på det endelige design som overhovedet muligt (Houde et al., 1997). Som nævnt indledningsvist i metodeafsnittet forholder vi os som designere kritisk til designmetoder og teknikker, og har derfor ikke gået slavisk til værks omkring denne prototypingmetode. Det er blot guidelines og inspiration som vi arbejder ud fra som designere, og netop ikke en opskrift på det sande eller perfekte design.

3.5.2 BRUGERTEST

Imellem udviklingen af hver prototype har vi foretaget brugertests, som havde til formål at evaluere designet, så vi derefter kunne udvikle den næste version af prototypen, på baggrund af den feedback vi fik. En oversigt over testpersoner og resultater vil blive præsenteret i næste afsnit omhandlende iterationer og resultater. Vi valgte at udføre vores brugertests på Statens Museum for Kunst, hvilket betegnes som værende en *Natural Setting* da det er dette rum designet er udviklet til og der hvor de reelle værker befinder sig (Rogers, Sharp & Preece, 2011). Vi kunne have valgt et kontrolleret, lukket lokale og dermed en *Controlled Setting* hvor vi blot havde ophængt print af værkerne til tests, men dette undgik vi, da vi ønskede at se brugernes reaktioner på de andre museumsgæster

omkring dem, samt observere hvordan prototypen ville fungere i en konkret museumssammenhæng (Rogers et al., 2011). Vi ønskede at gøre det så autentisk som muligt, hvorfor vi fandt SMK som setting passende. Da vores testpersoner ankom til SMK blev de instrueret i, at fortælle hvilke tanker de måtte have omkring deres oplevelse imens de gjorde brug af prototypen; en såkaldt *Think Aloud test* (Fagerjord, 2015). Denne form for test, som er hyppigt brugt i brugertests af interfaces, anså vi som passende i denne situation, da det hjælper os som designere til at forstå, hvordan brugerne oplever designet konkret i brugssituationen (Fagerjord, 2015). Efter hver Think Aloud test bad vi brugerne om at sætte ord på deres generelle oplevelser omkring designet. Vi havde med vilje ikke struktureret disse interviews, da vi ønskede den individuelle brugers oplevelse og lod derfor brugerne tale først (Blomberg et. al., 2009). Dog har vi gennem disse interviews været opmærksom på, som Fagerjord benævner det, at brugerens eventuelle forslag til nye funktioner ikke altid skal inkorporeres, da det er subjektive holdninger, og det er os som designere, der skaber prototypens funktioner og indhold (Fagerjord, 2015). Det er derfor vigtigt, at gå kritisk til værks når brugere udspørges omkring, hvad de synes om et design, og det er vigtigt, at vi som designere altid forholder os kritisk og reflektivt til brugernes udsagn og eventuelle ændringsforslag til designet (Fagerjord, 2015).



KAPITTEL 4

Indledende undersøgelser



KAPITEL 4 INDLEDENDE UNDERSØGELSER

Dette kapitel vil gå i dybden med de indledende undersøgelser vi gjorde os, for at få en forståelse af den rolle, som vores designløsning skulle spille på museet, samt for den bruger, som vi designer til (Houde et al., 1997). I forbindelse med disse indledende undersøgelser, befandt vi os i *Discover* fasen, som er diamantmodellens første fase, og begyndelsen på processen, hvor undersøgelser leder videre til inspiration og forståelse for problemfeltet (Design Council, 2007).

DISCOVER

Følgende skema udgør en oversigt over alle de indledende undersøgelser, vi har foretaget i designprocessen. Der er indledningsvist foretaget observationer og interviews, og som det ses i skemaet, så har alle disse haft et formål i indledningsfasen, såsom eksempelvis at kortlægge brugere, eksperter, designspace samt generel inspiration.

OBSERVATIONER	FORMÅL	INTERVIEWS	FORMÅL
SMK: 9/11 - 2016 (Bilag 4)	Indblik i designspace	"Pernille": 8/2 - 2017 (Bilag 3)	Et potentielt brugerperspektiv samt afsæt til Persona
Moesgaard Museum, Aarhus: 6/1 - 2017 (Bilag 1)	Inspiration til digital formidling og interaktionsdesign	Digital Producer på SMK: 1/3 - 2017 (Bilag 6)	Ekspertperspektiv. Indblik i SMK's nuværende holdning til - og håndtering af digitale designs til museet
Aros, Aarhus: 8/1 - 2017 (Bilag 1)	Inspiration		
SMK: 15/2 - 2017 (Bilag 2)	Indblik i designspace		

Skema 1: indledende etnografiske undersøgelser



Ydermere har vi med de indledende observationer fået en forståelse for den museumsverden, vi befinder os i og forsøger at skabe et design til (Blomberg et al., 2009). Vi har i disse indledende undersøgelser generelt en divergerende og åben tilgang til at afdække det felt vi befinder os i, og fokuserer senere i processen på specifikke ideer for et design (Löwgren et al., 2004).

4.1 OBSERVATIONER

Som en del af de indledende undersøgelser foretog vi en række observationer, som var med til at afdække den museumsverden vi i denne designproces befinder os i. De informationer vi ville tilegne os igennem disse indledende observationer, var blandt andet brugen af teknologi på danske museer. Især på Moesgaard Museum i Aarhus observerede vi brugen af teknologi, da Moesgaard har inkorporeret en stor mængde teknologi og interaktionsdesign som en del af deres udstillinger (Bilag 1). Eksempelvis var der et højt fokus på skærme og brugen af disse på Moesgaard. Vi observerede en tendens omkring, at brugen af disse skærme primært bestod af den samme teknologi, blot med forskelligt udsmykkede designs (Bilag 1). Vi besøgte i samme forbindelse ARoS Kunstmuseum, som med konceptet ARoS Public forsøger at integrere publikum i kunstværker via skærme (Bilag 1). Skærmene på ARoS leder primært til leg, samt en alternativ måde at tage en selfie på, men der var generelt meget aktivitet omkring skærmene da vi besøgte museet (Bilag 1). Derudover har vi foretaget observationer på SMK, for at afdække det specifikke rum, vi designer til, og iblandt disse observationer erfarede vi blandt andet at SMK i høj grad gør brug af hovedtelefoner som primær teknologi. Derudover bestod den eneste interaktive, digitale teknologi af en interaktiv skærm som agerede informations-skærm, akkurat som de skærme vi observerede på Moesgaard Museum (Bilag 1, 2 & 4). Disse indledende observationer har været med til at give os en idé omkring, hvordan vi kan tilgå teknologi på museer med en anderledes indgangsvinkel end den allerede eksisterende, samt finde inspiration i den måde museerne allerede gør brug af teknologi på.

4.2 INTERVIEWS

Vi foretog to semistrukturerede interviews (Kvale et al., 2009) i indledningsfasen, henholdsvis et ekspertinterview og et med en potentiel bruger. De to interviews med den potentielle bruger og eksperthen fra SMK bliver, for overblikkets skyld, præsenteret herunder, med de vigtigste indsigter, samt en udarbejdet persona. Brugerens og eksperthens relevans i forhold til udarbejdelsen af designløsningen vil løbende blive inddraget, da det giver bedst mening i forhold til forholdet mellem de to interviews og prototypen.

4.2.1 INTERVIEW MED EN POTENTIEL BRUGER

Formålet med dette interview bestod i, at finde frem til en potentiel bruger af vores designløsning på SMK. Interviewet gav os et indblik i brugerens interesser og behov, og disse gav os mulighed for, at skabe et design, som hun potentielt ville være interesseret i at benytte. De behov vi ser i brugerens udtalelser kan være enkeltstående for udelukkende denne bruger, men vi vil forsøge at drage nogle konklusioner ud fra disse udtalelser, som vi mener, vil kunne være gældende for flere brugere.

Ud fra vores interview med brugeren kunne vi drage følgende indsigter (Bilag 3):

DATO	TID OG STED	NAVN	ALDER	BESKÆFTIGELSE
8/2 2017	15:00 - 15:45 IT Universitetet i København	"Pernille"	28	Specialestuderende ved IT Universitetet i København

Skema 2: Brugerinterview

- 1 Brugeren er kunstinteresset og forbereder sig altid før et museumsbesøg
- 2 Brugeren går på museum for at blive inspireret personligt og forestiller sig at kunne blive inspireret i forbindelse med sit studie eller arbejde
- 3 Brugeren kan godt lide museumsformatet, som det ser ud på traditionelle museer som f.eks. SMK, men der skal gerne være et nutidigt indspark, som f.eks. noget digital teknologi
- 4 Brugeren bliver tiltrukket af kunst som vækker hendes nysgerrighed og som har et provokerende twist
- 5 Brugeren bruger ikke meget tid på tekster omkring kunsten, men bliver i højere grad fanget af det visuelle
- 6 Brugeren nyder at gå i museumsbutikken, hun kan godt lide idéen om at tage et minde med sig hjem fra besøget



4.2.2 PERSONA

Vi har udformet en persona, baseret på vores brugerinterview, for at få et konkret billede på brugerens perspektiv (Nielsen, 2014). Denne persona er baseret på vores data fra dette brugerinterview, men vi vil forsøge at beskrive en persona, som rækker ud over denne data og dermed også kommer fra vores egen intuition som designere. Der ses fire forskellige perspektiver på en persona, ifølge Nielsen (2014): "The goal-directed perspective", som er baseret på Alan Cooper's (1999) teoretiske rammesætning, "The role-based perspective", "The engaging perspective" og "The fiction-based perspective". De første tre perspektiver baserer sig på data, mens den sidste ikke udelukkende baserer sig på data, men i lige så høj grad designerens intuition og antagelse om en persona (Nielsen, 2014). Vores persona baseres primært på "The goal-directed perspective", da vi arbejder ud fra data og med formålet i at have en persona, som er defineret ud fra sine personlige og praktiske mål i forhold til at gå på museum og benytte et design. Dog ønsker vi at tilføje noget fiktion, som kan gøre vores persona endnu mere interessant i vores designproces.

Vores persona tager afsæt i hendes færd, når hun besøger et museum som SMK, som Nielsen skriver, så giver det bedst mening udelukkende at forholde sig til de dele af en persona, som er relevante for designundersøgelsen:

"The special aspect of a persona description is that you do not look at the entire person, but use the area of focus or domain you are working within as a lens to highlight the relevant attitudes and the specific context associated with the area of work." (Nielsen, 2014, s. 2040).

Grunden til at vi vælger at skabe en persona, er for at opretholde et perspektiv på en bruger, som vi kan forestille os bruge det design vi udvikler, samt for at inspirere og give anledning til at udvikle flere ideer, hvilket Nielsen påpeger, kan være en gevinst ved at anvende en persona i sin designproces (Nielsen, 2014). Næste afsnit vil beskrive vores persona som vi har udarbejdet på baggrund af brugerinterviewet (Bilag 3). Vi vil i det resterende af opgaven benævne personen fra vores brugerinterview "Pernille", mens vores persona benævnes Pernille uden citationstegn. Dette gør vi for at markere når vi beskriver den person, som reelt er kommet med udtalelser og når vi beskriver den persona vi har udarbejdet på baggrund af bl.a. disse udtalelser.



Pernille er 28 år gammel og studerer til dagligt på IT-Universitetet i København, hvor hun skriver speciale i interaktionsdesign. Pernille har boet de sidste 5 år i København og elsker byens kultur og liv. Hun deltager ofte i kulturelle begivenheder i byen, som hun er blevet bekendt med via Facebook og sine venner. Pernille kan godt lide at gå på museum og gør det ofte i forbindelse med nye udstillinger, bl.a. på Statens Museum for Kunst eller på Louisiana nord for København. Når hun ikke nyder København og de ting byen har at tilbyde, er hun ofte i Paris, da hun har en kæreste her. Pernilles kæreste har ikke den samme interesse for at gå på museum, så ofte gør Pernille det alene eller med en veninde. Pernille er nysgerrig af natur og kan derfor godt lide at blive overrasket, hun forbereder sig dog ofte inden et museumsbesøg, ved at finde information på nettet omkring det museum hun skal besøge og den udstilling hun skal se.

Pernille klikker sig ofte hurtigt igennem informationen på museets hjemmeside da hun oftest drages af de visuelle elementer hun præsenteres for. Det samme gør sig gældende når hun står i en udstilling og skal finde information om de enkelte kunstværker. Ofte går hun blot forbi de værker, som ikke fanger hendes opmærksomhed og styrer direkte mod de kunstværker som vækker hendes interesse og nysgerrighed. Har hun fundet et kunstværk som interesserer hende, er det sjældent at hun læser al informationen omkring det, men vender hurtigt blikket tilbage mod selve kunstværket. Pernille nyder museets ro og plads til fordybelse, hun elsker når der er højt til loftet og plads omkring hende. Men det traditionelle museumsformat, med højt til loftet og albuerum, kan også skræmme hende lidt. Det er ofte at hun sænker stemmen eller hoster lavt, når hun befinder sig på et museum og hun kan godt savne at føle sig lidt mere hjemme i disse rum. At føle sig hjemme kan bl.a. være i form af teknologier som hun kender, hvor hun har mulighed for at udforske kunsten på mere nutidige måder.

“Jeg tror godt jeg kan blive sådan lidt afskrækket af de der sådan oldnordiske museer, men hvis der ligesom er integreret en eller anden del af nutiden, i den måde de formidler, så kan jeg godt forestille mig, eller så taltaler det mig mere. Eller også så er det nemmere for mig at forstå hvad der foregår, hvis jeg har et eller andet element, som der kan hjælpe mig - et eller andet medie. Så det på en eller anden måde bliver lidt sådan up-to-date.”

(Bilag 3)

Hun er glad for selv at tage billeder med sin telefon, hvis hun ser noget, som kunne passe på hendes Instagram profil - blot fjerner hun lyden fra telefonens kamera. Pernille kan godt lide når kunsten indbyder til interaktion, det er desuden noget som kan inspirere hende på studiet. Her arbejder hun selv med at tænke i måder at teknologi og mennesker arbejder sammen. Men det behøver ikke altid at være teknologi der indbyder til engagement fra Pernilles side, det kan lige såvel være andre tiltag, hvor hun skal bevæge sig. Efter sit besøg i udstillingen nyder Pernille at gå i museumsbutikken og ose. Her kan det være alt fra smykker til bøger der optager hendes opmærksomhed. Har det været en helt særligt interessant udstilling hun har set, kan Pernille godt finde på at købe noget med hjem, som kan minde hende om oplevelsen. Det kan f.eks. være en bog, plakat eller et postkort.



4.2.4 DEN NYSGERRIGT MOTIVEREDE BRUGER

Pernille er i John Falks terminologi hovedsageligt en Explorer, da hun primært er drevet af sin nysgerrighed og forventer at møde noget på museet, som kan fange hendes opmærksomhed og som kan inspirere hende. Pernille bærer dog også præg af at være en Recharger, da hun finder museets rum og atmosfære behageligt (Falk, 2009). Ifølge Falk (2009) er størstedelen af de museumsbesøgende repræsenteret som Explorer, hvorfor det i høj grad kan være indbringende for et museum at kigge på denne brugers behov. En Explorer's vej rundt på et museum er sjældent lineær, men præget af de ting der falder hende ind og som tiltrækker hendes opmærksomhed (Falk, 2009). Det kan derfor være relevant, når der designes til en Explorer, at designe et redskab, som giver hende mulighed for at gå på opdagelse. En Explorer kan finde mange formidlingsredskaber for strukturerede og dermed hæmmende for deres impuls-baserede tilgang til kunsten, hvorfor et design bør være fleksibelt og responsivt overfor brugerens specifikke behov og interesser (Falk, 2009). Udover at være drevet af sin nysgerrighed er en Explorer desuden motiveret af sit videbegær:

"The Explorer visitor is looking for exhibitions that support browsing, and that are rich in detail and information which allow them to exercise their minds. Explorers are looking to not only satisfy their curiosity, but to also engage in a process of discovery."
(Falk, 2009, s. 219).

Ifølge Falk (2009), indgår en Explorer i den kategori, som med mest sandsynlighed vil læse de labels, brochurer og guides, som museet tilbyder sit publikum. Da en Explorer er drevet af sin personlige interesse og viden, vil det dog til enhver tid være umuligt for museet, at imødekomme hende på nøjagtigt det informationsniveau hun ønsker. Hun vil dog som udgangspunkt ofte finde museets viden og indhold interessant, hvorfor hun må selektere ud fra sit eget behov (Falk, 2009). Teknologier som er fleksible og som kan være med til at tilbyde en Explorer muligheden for, at kunne vælge til og fra, vil derfor ifølge Falk (2009), være gode alternativer til labels med tekst placeret på væggen ved siden af et kunstværk.

4.2.5 INTERVIEW MED EKSPERT I DIGITAL PRODUKTION PÅ SMK

etableringer af digitale løsninger på museet. Rodin Flyckt er i sit daglige arbejde i tæt kontakt og samarbejde med kommunikations- og formidlingsafdelingen på museet og kan derfor give os dels en forståelse for museets praktiske arbejde vedrørende digitale formidlingsløsninger, men også et indblik i den daglige struktur i en organisation som SMK (Bilag 6). Informationer vedrørende det daglige arbejde med udvikling af digitale løsninger, helt konkrete holdninger og indsigter i forhold til publikum, digital udvikling på museet, samt kunstens eksistens på museet, giver os som designere et helhedsbillede og et indblik i en museumsverden, som vi ellers ikke har anden viden om, end som gæster selv (Kvale et al., 2009). Dette interview blev derfor et bærende element i vores videre undersøgelse og idéudvikling.

DATO	TID OG STED	NAVN	STILLING
1/3 2017	11:00 - 12:00 Statens Museum for Kunst	Rine Maria Rodin Flyckt	Digital Producer på Statens Museum for Kunst

Skema 3: Ekspertinterview

Som en del af vores indledende undersøgelser foretog vi et interview med Rine Maria Rodin Flyckt, som er digital producer på SMK. Dette interview foretog vi ud fra et ønske om, at få et indblik i museets egne valg og overvejelser i forhold til



Vi kunne drage følgende indsigter ud fra vores ekspertinterview (Bilag 6):

- 1** SMK formidler og kommunikerer materiale med substans, baseret på forskning
- 2** SMK anser ikke det digitale format for at være en nødvendighed. Derfor implementerer de også analoge, interaktive tiltag, hvis de anser disse for at være mere passende til den pågældende oplevelse
- 3** SMK forholder sig konstant til sine brugere og har dem altid med på råd, når nye tiltag etableres
- 4** Det digitale har kun evidens så længe der er et samspil med det fysiske (kunsten) og brugeren
- 5** Brugerne deltager mest der hvor de kender indholdet og formatet

4.3 DESIGNPRÆMISSER

På baggrund af disse indledende undersøgelser, har vi udledt fem præmisser for vores designløsning. Disse præmisser er blevet udvalgt, da vi mener at de opsummerer grundessensen af dels

brugerens behov og ekspertens behov. Udgangspunktet er ikke at skabe et design som imødekommer "Pernille" og SMK's digitale producer på alle områder, men i lige så høj grad at skabe en designløsning, som potentielt vil give mening for andre museumsgængere og andre museer end SMK. Vi viser med et relevant citat fra hhv. brugeren "Pernille" og eksperten Rodin Flyckt, hvordan den enkelte præmis har direkte relation til vores indsigter fra de to interviews. Vi har efter hver præmis stillet os selv et arbejdsspørgsmål, som vi igennem vores designproces ønsker at arbejde ud fra.

Præmis 1: Formidlingen af kunstværket skal ikke baseres på tekst og tung viden, men i højere grad visuelle elementer, så brugeren ikke mister interessen.

"Altså jeg synes generelt, at der er sådan en forventning om, at folk de ved noget om det de skal ind og se [...] Det der tit er, det er jo hvis der er sådan en lille forklaring på en A4-side [...] noget skrift, men det fanger mig ikke rigtig, det er lidt mit indtryk at det er sjældent, at når man går på museum, at man gider læse de der ting der er skrevet. Jeg stiller mig måske foran det og tænker, okay nu skal jeg prøve at sætte mig ind i det her, men så er der sådan en lyst til at komme hen og se det jeg er kommet for, at man bliver sådan lidt nåh, det finder jeg nok ud af hen af vejen, hvis det er relevant." (Bilag 3).

Spørgsmål 1: Kan vi skabe et design, som giver brugeren lyst til at modtage viden omkring det kunstværk hun er interesseret i?

Præmis 2: Designløsningen skal være relevant og give museet et nutidigt præg, så brugeren føler sig "hjemme" på museet.

"[...] Jeg tror godt jeg kan blive sådan lidt afskrækket af de der sådan oldnordiske museer, men hvis der ligesom er integreret en eller anden del af nutiden i den måde de formidler, så kan jeg godt forestille mig, eller så tiltaler det mig mere, eller også så er det nemmere for mig at forstå hvad der foregår [...] så det på en eller anden måde bliver lidt sådan up-to-date." (Bilag 3)

Spørgsmål 2: Kan vi skabe et design, som ikke bryder med museets nuværende udstillingsmetode, men som stadig formår, at imødekomme de brugere, som finder nyere, teknologiske formidlingsmuligheder interessante og mere relevante for dem?

Præmis 3: Designløsningen skal indeholde substans, så den stemmer overens med museets grundsten vedrørende forskning, registrering og formidling.

"Det vi laver bliver nødt til at bygge på de sten som forskerne allerede har lagt. Som museum skal vi kunne stå inde for det vi laver [...] vi er et museum som står for at forske, der skal ligesom være noget substans." (Bilag 6).

Spørgsmål 3: Kan vi skabe en designløsning, som bygger på læring og forskning og ikke bryder med museets grundprincipper?



Præmis 4: Det digitale element skal have evidens i forhold til samspillet mellem kunsten og brugeren, det skal ikke bare være digitalt for at være digitalt.

”Vores ideer med det digitale er jo egentlig det der med ikke at skelne mellem det digitale og det fysiske [...] det er jo altid noget der er forbundet og der taler sammen. [...] Det er hele tiden en afvejning af hvor det giver mening at have et digitalt element.” (Bilag 6).

”Vi laver mange brugerundersøgelser for at finde noget som giver mening for brugerne.” (Bilag 6).

Spørgsmål 4: Kan vi designe, så brugeren kan se en meningsfuld forbindelse mellem kunstværkets oprindelige relevans og måden den digitale formidling fremstår på?

Præmis 5: Brugeren skal have mulighed for aktivt at give feedback til museet og dermed tage del i den retning museet udvikler sig i.

”Så vi sidder ligesom og udvikler og konceptudvikler og vender tilbage og taler med folk i huset, og laver brugerundersøgelser osv. osv. for at finde noget som ligesom giver mening og som vi kan stå inde for som museum.” (Bilag 6).

”Du kan også skrive sådan nogle små sedler til SMK, hvor der står, ”Jeg var på SMK og...” og så kan folk skrive sådan, det var pisse irriterende at toiletterne ikke virkede, eller mega sjovt med det der portræt af ham der, et eller andet ik. Og det gør folk, altså de bruger det rent faktisk, og det er sådan noget jeg

synes der er mega sjovt at se, at folk de virkelig sådan gør noget. Det er hurtigt og det er også en direkte dialog til SMK [...]” (Bilag 6).

Spørgsmål 5: Kan vi udvikle et system, som lader brugeren blive involveret i den formidling de selv bliver disponeret for på museet?

4.4 OPSAMLING

Disse fem præmisser giver anledning til at beskrive en indledende konceptidé, som baserer sig på at være en digital, interaktiv formidlingsløsning baseret på kunsthistorisk viden, som giver museet et nutidigt præg. Konceptet skal forholde sig til det fysiske, nemlig kunstværket, men samtidigt formidle digitalt og dermed løfte formidlingsformen til et niveau, hvor museumsgæsten selv skal interagere, og gå på opdagelse i kunstværket, for at tilegne sig yderligere viden omkring kunstværket. Ligeledes kan brugeren aktivt, igennem et feedbacksystem tage del i formidlingsudvælgelsen og tilkendegive sin undren omkring dele af kunstværket.



KAPITTEL 5

Iterationer og resultater



KAPITEL 5 ITERATIONER OG RESULTATER

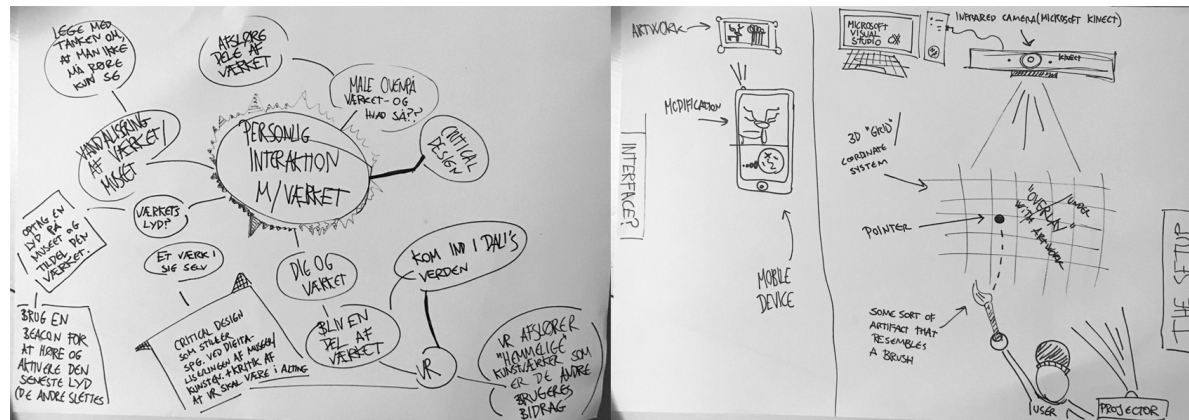
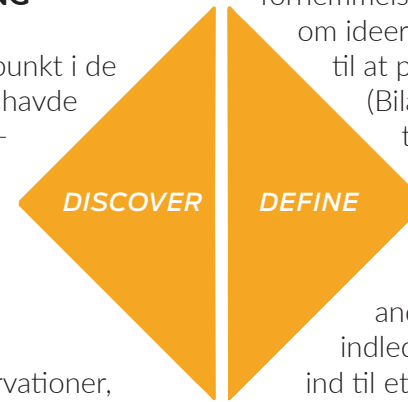
Dette afsnit vil redegøre for de iterationer og resultater, vi igennem designprocessen har gennemført for at nå frem til designkonceptet samt den endelige, digitale prototype. Alle prototyperne, sketchingfaserne og testrunderne vil blive gennemgået for at give et indblik i, hvordan vores fokus igennem processen er blevet flyttet og hvordan konceptet og prototypen har formet sig gennem undersøgelser og prototyping.

5.1 SKETCHING OG IDÉUDVIKLING

Denne første iteration tog udgangspunkt i de observationer og interviews, som vi havde foretaget i undersøgelsens indledende fase. Her befandt vi os stadig i Discover fasen i diamantmodellen, hvor vi udforsker vores felt og divergerer frem for at konvergere (Design Council, 2007).

På baggrund af de indledende observationer, sketches og brainstorms kom vi frem til seks forskellige løsningsforslag, som vi præsenterede vores interviewperson "Pernille" for. Disse løsningsforslag (Bilag 14) var udarbejdet på baggrund af en tanke omkring at give brugeren en personlig interaktion med værket. Vi præsenterede "Pernille" for løsningsforslagene og interviewede hende i takt med præsentationerne af forslagene, for at få en

fornemmelse af hendes helt personlige mening om ideerne og hvordan de kunne være med til at præge hendes museumsoplevelse (Bilag 3). Efter dette interview begyndte vi igen at brainstorme og kom frem til vores prototype version 0: "Din Streg", som vil blive præsenteret i nedenstående afsnit. Her befandt vi os nu i diamantmodellens anden fase, nemlig Define fasen, da de indledende undersøgelser blev snævret ind til et mere konkret resultat i form af én designidé (Design Council, 2007).



Vores første brainstorm tog udgangspunkt i observationer på Moesgaard Museum, ARoS og SMK



5.2 PROTOTYPE VERSION 0: "DIN STREG"

Vores første prototype kalder vi version 0, da den går forud for vores endelige designidé og ikke som sådan regnes med i vores efterfølgende iterationer. Dog har den stadigvæk været en del

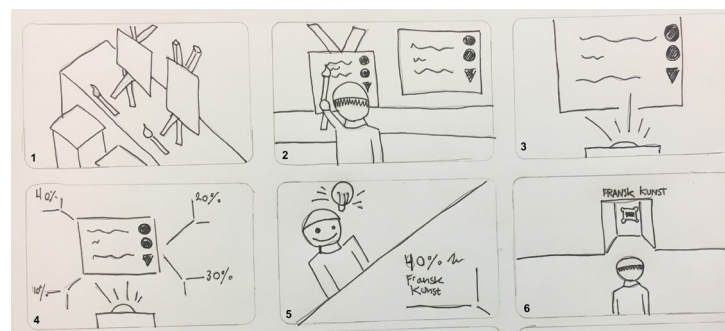
af designprocessen og et skridt i tilblivelsen af vores endelige, digitale prototype, hvorfor vi anser den for at være en relevant iteration i vores undersøgelse og designproces. "Din Streg" blev udviklet på et tidspunkt,

hvor vi vægtede

personliggørelse af museumsoplevelsen højt og anså dette som værende det primære fokus i designløsningen. I forbindelse med denne prototypeversion var vi bl.a. inspireret af "DIN udstilling" på Trapholt Kunstmuseum, som netop havde fokus på, at man som bruger aktivt skulle kuratere og altså skabe en personlig udstilling (Trapholt, 2014). Desuden gjorde SMK's aktuelle udstilling Japanomania indtryk på os og specielt rummet med de såkaldte buddha boards gav inspiration til tegneideen (Bilag 2). Disse buddha boards var japanske tegneredskaber, men havde intet digitalt islæt, de var dog alligevel velbesøgte af publikum og gav os derfor en indikation af, at publikum nød selv at være skabende og fordybe sig (Bilag 2).

Kort forklaret bestod konceptet "Din Streg" af et digitalt lærred, hvor brugerne skulle have mulighed for at skabe deres egen kunst. Derefter ville en algoritme i teknologien udregne hvor mange procent brugerens værk mindede om eksisterende kunstværker på SMK. Brugeren ville dernæst få information omkring hvor på museet de konkret kunne finde disse kunstværker. Herunder ses et storyboard (Greenberg et al., 2012), samt det di-

gitale interface, som vi kort udviklede i HTML og JavaScript til version 0 af prototypen. Vi forsøgte i dette stadi af designprocessen, at finde ud af hvilken rolle og hvilken værdi dette design konkret skulle have for brugeren, hvorfor dette i Houde og Hills terminologi kan klassificeres som en såkaldt Role prototype (Houde & Hill, 1997).



Storyboard over "Din Streg"



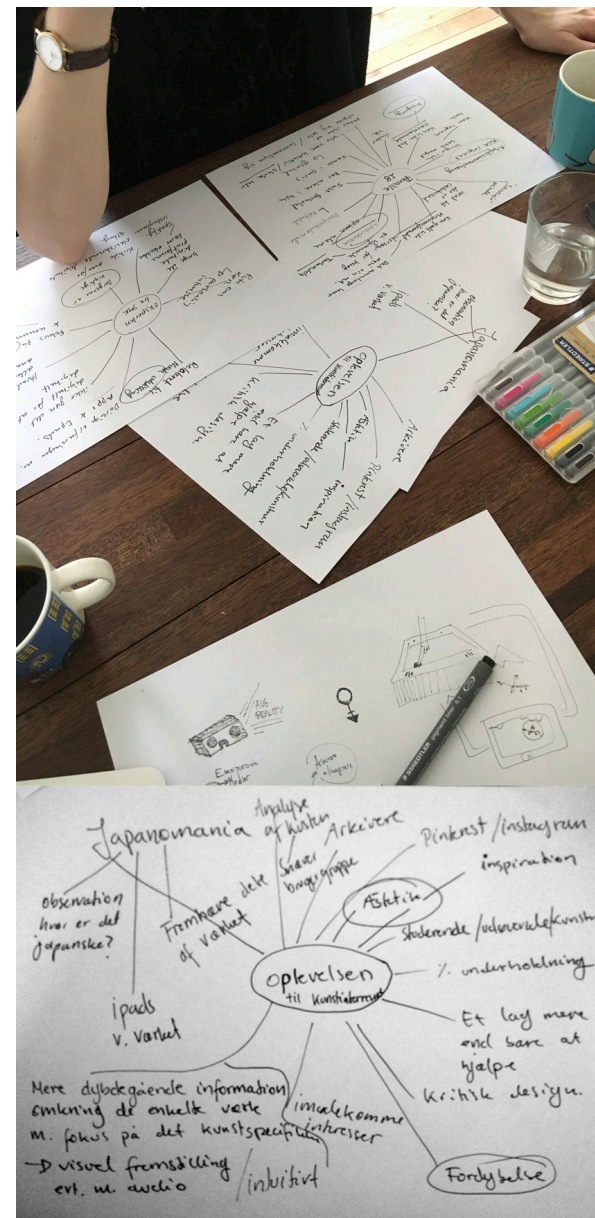
Digitalt interface over "Din Streg"



Det blev klart for os, at "Din Streg" ikke tydeligt nok tilkendegav hvilken værdi og dermed rolle den egentlig skulle have for brugeren. Kerneoplevelsen med "Din Streg" gik i retning af underholdning, og henvendte sig til den kreativt skabende bruger, og kom derfor til at fremstå som et ekstra underholdningselement, som kunne tilgås uden at forholde sig til museets egentlige indhold. Det stod klart, fra de indledende undersøgelser og indsamlet empiri, at vores ønske pegede mere i retning af en integration, designløsningen og kunstværket imellem. Målgruppen blev meget smal med denne løsning og henvendte sig hovedsageligt til en meget tegneglad og skabende bruger. Desuden har den samme bruger ikke nødvendigvis en fornøjelse i, at se sig selv sammenlignet med kendte kunstners værker. Den oplevelse vi i højere grad ønskede at give vores bruger, var en oplevelse af at lære noget ekstra om det allerede eksisterende kunstværk. Oplevelsen skulle henvende sig til en nysgerrig og kunstinteressert bruger, og ikke en bruger med interesse for selv at skabe kunst. Vi ønskede at oplevelsen skulle indeholde formidling og altså læring omkring kunstværket med en mindre grad af teksttungt materiale. Ideen om at formidle noget visuelt på en mere visuel og tilgængelig måde for brugeren tiltalte os mere og stemte bedre overens med de indsigter, vi havde fået fra vores bruger- og ekspertinterview. Disse indsigter lød blandt andet, at brugeren er nysgerrig og kunstinteressert, men ikke læser for tung information omkring kunstværkerne og desuden virker interesseret i et digitalt indspark i forbindelse med sin kunstoplevelse (Bilag 3).

Eksperten gav desuden udtryk for, at der bør ses et samspil mellem kunstværket, brugeren og det digitale (Bilag 6). På baggrund af disse erkendelser kasserede vi prototype version 0 og brainstormede på ny over designideer og den oplevelse vi ønskede at give vores bruger. Vi befandt os altså på ny i Discover fasen i diamantmodellen og dermed i en divergerende tilgang til designprocessen (Design Council, 2007).

DISCOVER



Vores anden brainstorm havde fokus på selve den oplevelse vi ønskede at give vores bruger



5.3 PROTOTYPE VERSION 1: "FIND DETALJEN"

DEFINE

På baggrund af vores indledende undersøgelser brainstormede vi på ny, og kom frem til et skarpere fokus vedrørende den oplevelse vi ønskede at give vores bruger. Oplevelsen skulle som beskrevet henvende sig til den nysgerrige og kunstinteresserede bruger og derfor i højere grad bære præg af et formidlingsdesign.

Vi ønskede at give vores bruger en oplevelse af at gå på opdagelse i kunstværkets detaljer og

finde informativt indhold.

Vi befandt os nu igen i Define fasen i diamantmodellen, og kom i denne fase frem til et koncept vi kaldte "Find Detaljen" (Design Council, 2007). Den første prototype af "Find Detaljen" agerede ligeledes Role, da vi her forsøgte at finde en værdi for brugeren med denne prototype og kortlægge hvilken oplevelse vi ønskede at skabe (Houde & Hill, 1997). "Find Detaljen" vil være fokus for resten af opgaven, men vil blive modificeret på baggrund af vores indsigter i forbindelse med tests og interviews i designprocessen.

"Find Detaljens" første version bestod af en low fidelity pap-prototype, som agerede applikation til en iPad, som skulle benyttes overfor to værker

på SMK placeret i udstillingerne "Europæisk Kunst 1300 - 1800" og "Dansk og Nordisk Kunst 1750 - 1900" (SMK, u.å.a; SMK, u.å.b). Brugeren kunne med prototypen afsøge kunstværkerne for detaljer og på den måde opnå en viden omkring de kunsttekniske elementer i værket, som kunstneren har gjort brug af. Indenfor kunsthistorien kaldes analysemetoden for formanalyse, og formålet med denne analyseform er, at skabe opmærksomhed på konkrete fremtrædelsesformer i kunstværkerne (Arnheim, 1956). Det er en objektiv aflæsning af kunstens virkemidler og teknikker. Helt konkret kan man spørge: "Hvad ser jeg på billedet?", "Hvilke linjer, former og bevægelser ser jeg?", "Hvordan former rummet sig og er der en høj eller lille grad af perspektiv?" (Arnheim, 1956).

Disse typer af spørgsmål ønskede vi med version 1 at give brugeren svar på. Derudover implementerede vi information, som var baseret på den historiske kontekst som maleriet var

malet i, samt symbolske betydninger. Prototypen ville derfor lære brugeren om kunsthistoriske samt formalanalytiske greb, og give et dybere indblik i kunstværket, for den kunstinteresserede bruger, som er nysgerrig på at lære. Ved at have både det kunsthistoriske og kunsttekniske præg på informationen, kunne vi desuden få et indblik i hvad vores testpersoner foretrak.

FOKUS

Oplevelsen af at gå på opdagelse i kunstværket og finde lærerig formidling om værkets detaljer, baseret på formalanalytisk og kunsthistorisk viden.

5.3.1 FOKUS PÅ FORMIDLING AF KUNSTFAGLIGT INDHOLD

I forbindelse med formidlingstiltag, som berører kunstfaglig viden omkring de enkelte kunstværker, kan det være relevant at have et kendskab til det kunstpædagogiske felt, som netop arbejder med den bedst mulige måde, at formidle et kunstværk på (Ragn Jensen & Winther-Jensen, 1986). Kunstværker på museer befinder sig i en situation, hvor de ofte er placeret uden for deres kontekst. Det er fjernet fra sit oprindelsessted og sin kunstner, og det store spørgsmål bliver derfor ofte, hvordan værket bør formidles, så den museumsbesøgende får mest muligt ud af det. Det er en balance som berører ideen om, hvorvidt et kunstværk bør tale for sig selv, og være åbent for den frie fortolkning eller, som kunstpædagogikken foreskriver, at øge forståelsen af kunstværket, ved at lade museums-gæsten blive beriget med bl.a. information omkring værkets formalanalyse, oprindelse og kunstner (Ragn Jensen et al., 1986). Nødvendigheden for at det sidste kan blive en realitet er, at sproget og kunstværket bringes ind i et nært samarbejde, og skaber en højere grad af forståelse af kunstværkets indhold (Ragn Jensen et al., 1986). En af de ældste tanker i forhold til kunstværker og formidling, går tilbage til Platon (427-347 f.Kr.), som mente, at kunstværker til enhver tid er underlagt idéverdenens virkelighed, og derfor kun igennem sproget, kan formidles, så beskueren kan forstå tankerne bag. Platon vil derfor mene, at et kunstværk aldrig kan stå alene, men altid er betinget af en forklaring, for at det kan forstås (Ragn Jensen et al., 1986). Indenfor psykologien har man senere



formuleret kunstværker, som værende adgangsgivende for den enkelte beskuers indre erkendelse og æstetiske oplevelse:

"Kunstværket i sig selv er blot et instrument til fremkaldelse af den æstetiske oplevelse, og det er beskuerens oplevelse, der er afgørende for, om det er et kunstværk, vedkommende står overfor. Det er så at sige beskuerens aktive medleven, der skaber kunstværket."

(Ragn Jensen et al., 1986, s. 22).

Det kan derfor være vanskeligt, i formidlingen af kunstværket, at etablere et alment accepteret diskursivt sprog, som kombinerer et sprog der udspringer af kunstværkets forhistorie, og det sprog som beskueren tillægger det, ud fra sin egen tolkning (Ragn Jensen et al., 1986). Det almene vil til enhver tid være en svær størrelse at arbejde med, når kunstværker skal formidles, da mangfoldigheden af brugere kan divergere. Der kan være besøgende, som kommer med et ønske om at gå overfladisk og æstetisk til værks, og der kan være besøgende som ønsker en forståelse af en kunsthistorisk periode og et biografisk indblik i kunstnerens liv og virke. Vi var på baggrund af denne viden, i forbindelse med designprocessen, bevidste omkring det indhold vi skabte for brugeren, men samtidigt om vores brugeres forskellighed og deres forskellige grader af viden og ønsker. Vi ser det ikke nødvendigvis, som "Find Detaljen"s hovedopgave, at etablere et alment gyldigt sprog og indhold, som giver mening for alle brugere, men kan "Find Detaljen" give anledning til at åbne op for en videre tolkning eller undren omkring et

værk, må vores opgave som designere være løst tilfredsstillende.

Håbet for vores designløsning er, at den kan give anledning til det, som Burnham og Kai-Kee beskriver i artiklen "The Art of Teaching in the Museum" (2005), nemlig at lade publikum forstå, at information og fortælling om et værk, er begyndelsen og ikke slutningen på et kunstværk. Der er altså stadig mulighed for videre undersøgelse og fortolkning efter at en omviser eller "Find Detaljen" har gjort sit arbejde, og viderebragt den information de havde i sig. Som Burnham og Kai-Kee yderligere udtaler: *"Good museum teaching comprises many skills that enable instructors to engage visitors, inspiring them to look closely and understand the work of art they are viewing."* (Burnham & Kai-Kee, 2005, s. 67). I vores designløsning tager vi *look closely* bogstaveligt og giver brugeren mulighed for netop dette. Burnham og Kai-Kee forholder sig ikke direkte til teknologiske muligheder, når det kommer til læring på museer (2005). Det de dog gør klart er, at når det kommer til teknikker indenfor interaktiv læring, så er det vigtigt, at disse bliver betragtet som værktøjer til at opnå et større formål, nemlig at give den enkelte museumsgæst muligheden for, at få en dyb og særlig oplevelse af det enkelte kunstværk (Burnham & Kai-Kee, 2005). En særlig og ekstra oplevelse af enkelte kunstværker er netop vores ønske med "Find Detaljen" og som Løssing påpeger i antologien "Cybermuseumologi – kunst, museer og formidling i et digitalt perspektiv" (2015), så er det netop denne form for oplevelse for brugeren, som den digitale formidlingsform kan tilføje

til museumsbesøget: *"Den digitale formidling har for alvor en eksistensberettigelse, når den tilføjer noget til værket og udstillingsoplevelsen, som man ikke kan få på andre måder."* (Løssing, 2015, s. 200).

5.3.2 UDARBEJDELSE AF PROTOTYPEN

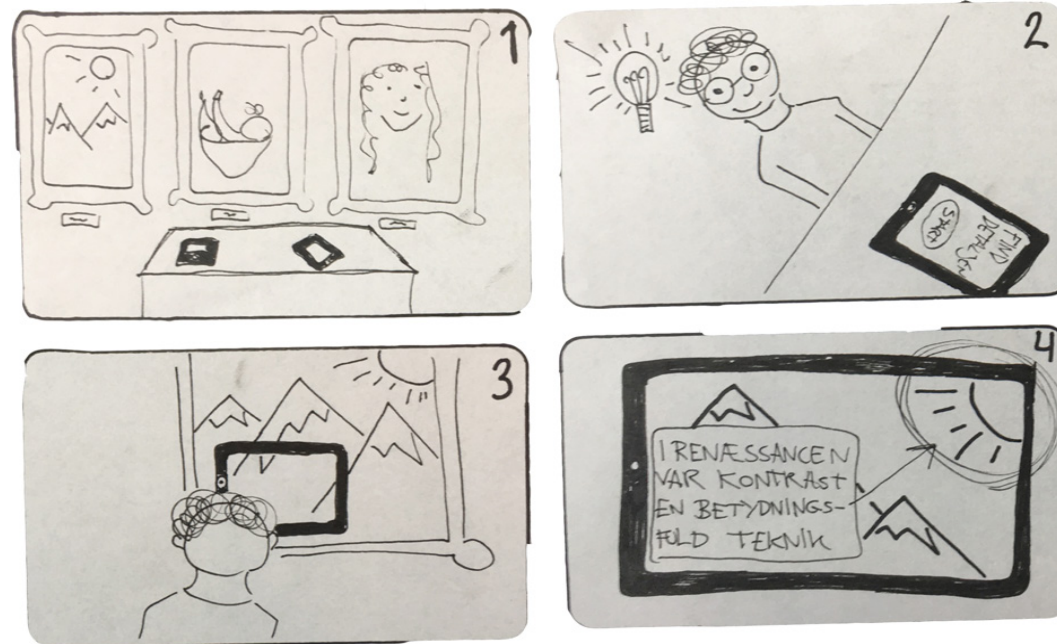
I forbindelse med udarbejdelsen af prototypen foretog vi endnu en observation på SMK, for at udvælge relevante og passende kunstværker til prototypen (Bilag 5). Disse observationer gav os anledning til at udvælge hvilken udstilling vi skulle designe prototypen til og brugerteste prototypen på (Bilag 5). Vi gik på baggrund af denne observation væk fra den aktuelle "Japanomania" udstilling (SMK, 2017a), som vi i første omgang havde tiltænkt prototypen til, men gik i stedet over til "Europæisk Kunst 1300 - 1800" og "Dansk og Nordisk Kunst 1750 - 1900" (SMK, u.å.a; SMK, u.å.b), da disse havde flere værker i stort format og med rig mulighed for at dykke ned i værkernes detaljer. Desuden fandt vi det interessant, at fokusere på de mere permanente udstillinger på SMK, som tænkeligt kan blegne til fordel for de mere aktuelle udstillinger, som f.eks. "Japanomania". Vi oplevede stor tilstrømning til Japanomania udstillingen, og selvom formidlingsformen hovedsageligt bestod af tekst på væggene omkring værkerne, så lod den til at være populær, muligvis grundet dens aktualitet og forholdsvis korte udstillingsperiode (Bilag 5). Modsat bestod de permanente udstillinger af digitale formidlings tiltag, som stod stille hen og som derfor gav anledning til nytænkning (Bilag 5). De digitale tiltag bestod af audioguides og borde udformet som skærme,



som indeholdt ekstra information omkring værkerne. Bordenes indhold havde muligvis givet mere mening, havde man haft dem ved de aktuelle værker (Bilag 5).

Vi valgte at tage udgangspunkt i de to værker: "In a Roman Osteria" (1866) af Carl Bloch, og "Madonna i klippegrotten med barnet, den lille Johannes døberen og en engel" (1452-1519) efter en kopi af Leonardo Da Vinci. Værket af Carl Bloch havde nogle dragende detaljer, som f.eks. personernes blikke, som vi især lagde mærke til under vores observation på SMK (Bilag 5). I Leonardo Da Vincis værk kunne vi i særlig grad sætte fokus på de formelle detaljer i billedet, såsom farver, perspektiv og komposition (Bilag 5).

Vi udarbejdede dernæst et storyboard for at illustrere konceptets kontinuitet og narrativ, som ses til højre (Greenberg et al., 2012).



Storyboard til "Find Detaljen"



Til venstre Carl Bloch's "In a Roman Osteria" (1866) og til højre en kopi af Leonardo Da Vinci "Madonna i klippegrotten med barnet, den lille Johannes døberen og en engel" (1452-1519)



I diamantmodellens tredje fase, Develop fasen, hvor ideen begynder at tage fysisk form, udviklede vi en low fidelity prototype i pap af "Find Detaljen" (Design Council, 2007). Prototypen viser brugeren forskellige detaljer i maleriet, når brugeren bevæger "iPad'ens kamerafelt" hen over værket. I en færdigudviklet udgave vil denne funktion være baseret på en algoritme, som bygger på pixelgenkendelse, som vil afsløre detaljer for brugeren imens hun søger. Brugeren kan dernæst klikke på de fundne detaljer for at læse yderligere om detaljerne. Herunder ses billeder af første version af "Find Detaljen":

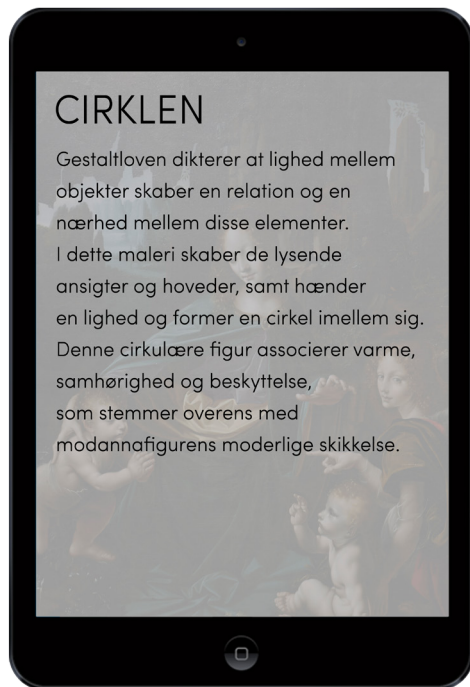
DEVELOP



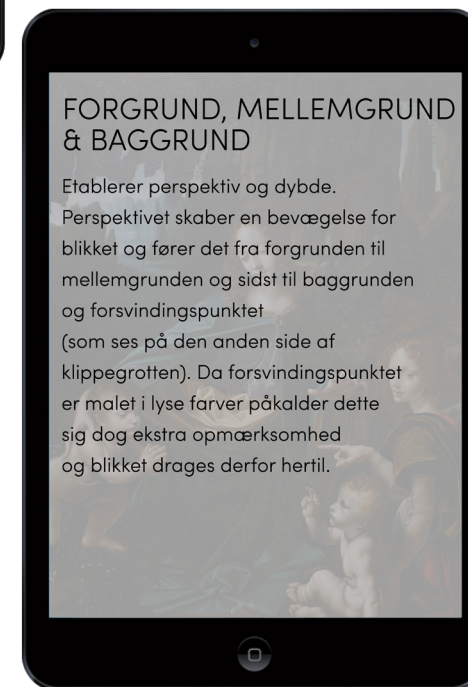
Udarbejdelse af prototype version 1

Prototype version 1 i alle dens dele





Tekstindhold på prototype version 1



5.3.3 FØRSTE TESTRUNDE

TESTPERSON	ALDER	BESKÆFTIGELSE	PROTOTYPE VERSION	REKRUTTERET FORDI
Anna Relation: kæreste Bilag 7	20	Makeup artist. Høj grad af kunstinteresse. Går ofte på museum. Stort kendskab til male- og tegneteknikker	Prototype 1	Annas interesse for kunst, samt kendskab til formelle kunstgreb kunne give os viden omkring, hvorvidt hun ville finde designkonceptet relevant for en person med meget viden om kunst.
Julie Relation: veninde Bilag 8	30	Uddannet fra Danmarks Tekniske Universitet, specialiseret i interaktionsdesign	Prototype 1	Julies viden omkring det funktionelle i et design, kunne give os et indblik i hvorvidt hun bl.a. ville finde selve brugeroplevelsen af designet funktionelt.

Skema 4: Testpersoner til første testrunde

I forbindelse med vores første testrunde rekrutterede vi to personer, som er beskrevet kort i skemaet ovenfor.

Vigtigheden i at teste denne low fidelity prototype bestod i, at vi som designere og idémagere fik konkrete refleksioner og svar vedrørende ideens relevans og funktionelle virke. I diamantmodellen defineres test af prototypen som Deliver fasen, da man her har mulighed for at evaluere på sit design med hjælp fra de testpersoner som der er rekrutteret (Design Council, 2007). Vi ønskede med testen, at få svar på hvorvidt de to testpersoner dels forstod selve konceptet og ideen, dels følte at de kunne forestille sig, at få noget ud af at bruge sådan en designløsning, med det indhold vi havde skrevet om detaljerne, og dels om de forstod de funktionelle elementer vi havde udviklet.

En sidste vigtig information vi ønskede fra vores testpersoner var, om de fandt det interessant, at de aktivt skulle bevæge iPad'en rundt foran værket for at en detalje ville vise sig. For at få svar på disse spørgsmål lagde vi ud med at forklare de to testpersoner enkeltvis om selve konceptet, så de kunne forestille sig versionen i en digital udgave. Dette fandt vi nødvendigt, da det flow vi ønskede at illustrere gennem papskiverne og pap-iPad'en, blev skabt med vores hjælp. Vi havde altså en "Wizard of Oz" tilgang, hvor vi som designere var nødt til at agere "teknologi" og skifte skærm manuelt for at illustrere flowet i de forskellige interfaces (Greenberg et al., 2012).

Efter beskrivelsen af testen bad vi testpersonen om at gennemføre en "think aloud" test (Fagerjord, 2015), hvor vi her bad dem om at beskrive

hvad de så og tænkte imens de interagerede med prototypen. Vi valgte desuden at filme testen, så vi senere havde mulighed for at høre og se hvordan testpersonen forklarede deres enkelte valg, samt agerede i forhold til disse. Det var en stor værdi for os at filme brugerne i deres interaktion med prototypen, da vi efterfølgende kunne pause og spole tilbage for at se præcist hvordan brugerne holdt prototypen i hånden, hvordan de trykkede på skærmen, hvornår de bevægede den væk fra deres synsfelt for at betragte værket foran sig og den generelle interaktion med prototypen. Afslutningsvis førte vi testpersonen ind i et afskærmet rum, hvor vi interviewede hende ud fra et semistruktureret interview (Kvale et al., 2009) omkring oplevelsen, interaktionen med prototypen, samt de konkrete informationer hun fik ved at bruge prototypen.





Testpersonen Anna har fundet en detalje på værket "Madonna i klippegrotten med barnet, den lille Johannes døberen og en engel" fra en kopi af Leonardo Da Vinci (erhvervet før 1758). Til højre: testpersonen Julie har fundet en detalje på værket "Fra et romersk osteria" af Carl Bloch (1866)

5.3.4 INDSIGTER FRA FØRSTE TESTRUNDE

I kraft af den første testrunde har vi trukket følgende indsigter og læring ud omkring vores prototype.

Generelt om oplevelsen af "Find Detaljen"

DEFINE

Julie og Anna gav generelt udtryk for at være positivt indstillet overfor prototypen. De kunne godt forestille sig at bruge denne form for løsning når de går på museum. De kunne begge to lide, at få serveret information omkring kunstværkerne på en lidt anderledes måde, samt føle at de fik noget

ekstra viden ud af oplevelsen (Bilag 7 & 8). Anna gav udtryk for, at hun syntes det var positivt, at man selv kunne være med til at dosere hvilke detaljer man gerne ville vide mere om, modsat en guidet tur på museet, hvor man er pålagt information om værker, som man måske ikke finder spændende:

"Men umiddelbart synes jeg at det virker som en interessant måde, at få noget viden om værkerne på, også for at få det i en dosering som man ligesom selv synes er fed, så det ikke er sådan, at man skal på en eller anden rundtur med en eller anden, som står og fortæller om alle værkerne, og dem man ikke selv synes er spændende. Så synes jeg også at interaktionen fungerede fint." (Bilag 7).

Julie gav specielt udtryk for, at hun fandt værdi i, at få tilføjet noget ekstra til museumsoplevelsen og så længe hun får denne følelse, så vil hun gerne downloade en app, selvom hun ikke så ofte downloader en app til et specifikt formål (Bilag 8).

Indsigt 1: Det bør være mere eksplicit for brugeren hvordan hun kommer frem og tilbage mellem skærbillederne.

Et bemærkelsesværdigt punkt vi kunne se på begge brugertests var, at testpersonerne var i tvivl om hvor de skulle trykke på skærmen for, at komme væk fra en information og efterfølgende søge videre. Som prototypen ser ud i version 1, kommer brugeren videre fra ét skærbillede til et andet ved blot at klikke et tilfældigt sted på skærmen. Dette forvirrede brugerne da vi kunne se på optagelserne fra testen, at de enten virkede afsøgende efter en knap for at komme videre, eller afventede at applikationen automatisk ville skifte skærbillede (Bilag 15a & 15b).

Et andet bemærkelsesværdigt element var, at begge testpersoner blev forvirrede da de blev mødt med skærbilledet omhandlende komplementærfarver:





Skærbilledet som forklarer brugeren omkring værkets komplementærfarver med et klikbart farvehjul

Skærbilledet fremhæver tre forskellige elementer, hvor vores brugere under testen opfattede disse tre elementer som værende knapper. Vi havde oprindeligt designet prototypen således, at det kun var farvehjulet som ses i øverste højre hjørne, der var klikbart.

Vi fandt det derfor nødvendigt, i forbindelse med version 2 af prototypen, at implementere "frem"

og "tilbage" pile i interfacet, så der ikke opstod forvirring omkring dette. Her imødekommer vi også et behov fra vores ekspertinterview med Rodin Flyckt, da hun har udtalt at brugerne nemt bliver forvirrede ved digitale interfaces, hvis der ikke er klare markører og knapper, som guider dem videre (Bilag 6).

Indsigt 2: Mængden af information i "Find Detaljen" er passende for brugerne.

Begge testpersoner gav udtryk for, at det tekstmæssige indhold var passende og ikke virkede for tungt, som det kan have en tendens til når information formidles på museer (Bilag 7 & 8). Anna gav udtryk for, at hun værdsætter, når teksten ikke overtager oplevelsen, men kan være et godt supplement til den æstetiske oplevelse, som hun ofte er kommet for (Bilag 7). Mængden af information og tekst er vigtig for os at være bevidste om, da vores persona Pernille netop er i besiddelse af et videbegær, men samtidig ikke har overskud til at læse al information hun er disponeret for. Testpersonen Julie fremhæver, at historisk viden kan være enormt givende for en oplevelse af kunstværkerne på museet, men at formatet ofte kan være for tungt. Hun fandt dog dette format interessant, da det netop ikke virkede for tungt og at selve mængden af tekst var passende på applikationens interface (Bilag 8). Selve tekstmængden vil, på baggrund af denne indsigt, blive bibeholdt i version 2 af prototypen, men selve indholdet vil blive ændret på baggrund af indsigt 3:

Indsigt 3: Den information som brugeren finder i detaljerne, skal indeholde kunsthistoriske informationer, frem for formalanalytiske informationer.

Begge testpersoner gav udtryk for, at de fandt det historiske og symbolske mere relevant for dem personligt, end de mere kunsttekniske greb, som kunstneren har foretaget. Dette begrundes ud fra deres allerede eksisterende viden omkring emnet fra deres respektive uddannelse og interesser (Bilag 7 & 8). Julie nævnte, at hun ikke ville bruge prototypen hvis den udelukkende omhandlede emner såsom tegneteknikker, farver osv. Derimod ville hun helt klart bruge den, hvis det omhandlede symbolik og værkets relation til den kunsthistoriske periode:

"Øhm, og helt personligt lige mig, så ved jeg rigtig meget om farveteori, fordi det er sådan studie og uddannelse og sådan noget, og også om komposition, men det er måske også fordi jeg har den uddannelse jeg har, og det kan godt være at alle ikke ved det, men for mig, så tænker jeg okay, det er i hvert fald et yngre publikum." (Bilag 8).

Da Anna havde afprøvet prototypen efterspurgte hun især noget mere symbolik eller historisk specifikt for værket og kunstneren. Hun fremhævede, at der ofte kan være meget symbolik, som ikke er indlysende for publikum og som har helt personlige referencer til kunstneren (Bilag 7). Anna har desuden erfaret, at det for hende giver værkerne mere værdi at forstå de dybere lag, i form af eksempelvis kunstnerens egne tanker omkring symbolikken, eller den givne kunstperiode. Dog udtalte hun også,



at det nogen gange kan være, at værdsætte det æstetiske i værket, der giver hende værdi. Derfor kunne hun godt lide, at hun ville kunne bruge "Find Detaljen", når hun har lyst, og på den måde vælge informationer til og fra, når det er passende (Bilag 7).

Indsigt 4: Formidlingsformen giver anledning til, at brugeren ser mere på værkets detaljer.

Specielt testpersonen Julie gav udtryk for, at hun følte at hun med "Find Detaljen" opdagede mange flere detaljer i kunstværket. Detaljer, som hun ikke mente altid vil give bedst mening at formidle med tekst ved siden af værket (Bilag 8). Julie anså det altså som værende positivt, at man via applikationen fremhæver det visuelle, og derefter supplerer med tekst for at forklare brugeren, hvad der helt specifikt foregår med den pågældende detalje. Desuden gav Julie udtryk for, at detaljerne pludselig springer mere i øjnene, i sammenhæng med at hun ser dem igennem en "iPad". Detaljer, som hun desuden udtaler, ikke nødvendigvis ville have været nogle hun ellers havde lagt mærke til:

"Og noget jeg også tænkte, og nu ved jeg godt at det bare er en prototype, men jeg tænker også, at det er sjovt hvordan man kigger meget mere på detaljerne, når man rent faktisk har en lille ramme om detaljerne.

Og det kunne jeg faktisk rigtig godt lide, fordi man kommer ind og ser på et billede og så kigger man lige sådan, men da jeg så lige hev den op [prototypen], det var faktisk først der at jeg kiggede på, at de kigger lidt sjovt på mig [personerne i Carl Blochs værk], altså

fordi at man så bare fokuserer på det." (Bilag 8).

At Julie beskrev, at hun betragtede detaljer med "Find Detaljen", som hun ellers ikke ville have set, giver anledning til at tro, at vi er med til at imødekomme vores persona Pernille, da hun som Explorer godt kan lide, at shoppe rundt mellem forskellige værker og detaljer, og derfor kan vælge de detaljer ud, som hun opdager og som hun finder interesse for (Falk, 2009).

Indsigt 5: Selve afsøgningselementet blev positivt modtaget og giver brugeren en fornemmelse af at gå på opdagelse i værket.

I interviewet med Julie lægger hun især vægt på, at hun godt kan lide konceptet om, at lede og søge efter noget, om dette udtalte hun:

"[...] jeg synes også det er lidt sjovt, der er lidt eventyr i det og det er fedt, at hvis man kommer ind og ser næsten hvilket som helst billede, og man ikke ved så meget om det, så er det jo interessant at få nogle oplysninger om det." (Bilag 8).

Hun fremhævede desuden, at det kan blive en form for leg for hende, at gå og lede efter detaljerne og få en form for belønning med en ekstra information i det pågældende værk:

"Og så kan man også sige, det jeg synes er rigtig interessant, det er at jeg kan sige, jeg kan jo bruge den der [prototypen] på diverse værker, som jeg synes er interessante, og så netop sige, ej det er ret sjovt med den der fod, er der mon noget ekstra? Det var der

ikke, okay, men til gengæld var der noget andet med det der, og det synes jeg er sindssygt sjovt, og man kan jo udforske billederne på den måde, for så kan man jo rent faktisk få noget mere ud af de billeder man rent faktisk synes er spændende, for det er selvfølgelig fedt hvis der er noget til alle billeder, men det behøvede jo ikke være 600 ting til hvert billede." (Bilag 8).

Disse udtalelser vidner om en interesse for det uventede og som kan sammenlignes med at lege skattejagt. Karakteristisk for vores persona Pernille er netop, at hun sjældent følger en lineær sti rundt i en udstilling, men følger sin nysgerrighed og nyder at gå på opdagelse (Falk, 2009).

Indsigt 6: En notifikationslyd vil være et forstyrrende element i en museumssammenhæng.

Da vi testede prototypen afspillede vi en notifikationslyd, når brugeren havde fundet en detalje. Efter refleksion og test har vi konkluderet, at belysning, zoom eller en anden form for fremhævelse vil være mere passende, så det ikke skaber støjgener på museet. Lyd kan være et brud på det museale kodeks og skabe gener og misbehag hos de museumsgæster, som tiltrækker sig opmærksomhed ved at lave lyde i museumsrummet (Løssing, 2015).

Indsigt 7: Det er vigtigt, at brugeren forstår, at iPad'en ikke behøver at blive holdt oppe foran værket, når informationen kommer frem. Dette vil være for tungt at holde.

Testpersonen Julie gjorde os opmærksom på, at hun kunne forestille sig, at løsningen kunne blive



tung for brugeren at holde. Hun gav selv udtryk for, at det var tungt at holde pap-versionen oppe i udstrakte arme længe, når hun læste om detaljerne (Bilag 8). Ideen med iPad'en er ikke, at man skal blive ved med at holde den op foran detaljens mens man læser, men at man kan tage den ned uden at informationen forsvinder. At Julie oplevede prototypen tung og ikke lod til at tage den ned for at læse om detaljen, af frygt for at interfacet forsvinder, kunne hænge sammen med at det er en low fidelity prototype. Vi formoder, at det vil være mere indlysende i en digital udgave, at man kan tage den ned, når man ønsker at læse, da man med små ryk kan se, at interfacet ikke forsvinder.

Indsigt 8: Brugere er både positive overfor "Find Detaljen" som iPad-version og som app til telefonen.

Til selve brugen af iPad'en på Statens Museum for Kunst gav Julie udtryk for, at hun ville bruge den hvis den var at finde i museets reception. Hun ville se en fordel i, at kunne tage den med sig gennem udstillingerne, så den ikke kun var tilknyttet ét specifikt værk (Bilag 8). Desuden udtalte Julie, at der er noget fedt ved at se detaljerne på en iPad, da den har en større skærm (Bilag 8). Dog nævnte hun hertil, at værker hvor "Find Detaljen" var understøttet, skulle være markeret med et symbol, da hun ellers ville spilde tid på at lede efter værker hvor det var tilgængeligt. I forlængelse af dette spurgte vi Julie om, hvorvidt hun ville downloade en applikation til hendes telefon eller tablet med samme formål. Hertil svarede hun, at hun sjældent har lyst til at downloade applikatio-

ner som udelukkende har ét formål, men får hun noget ekstra ud af museumsoplevelsen ved at downloade en app, så kunne hun godt finde på det, om dette udtalte hun:

"For mig handler det om; får jeg noget ud af det? Fordi hvis det er at downloade en app hvor at det bare er sådan; så kan du læse noget mere om udstillingerne, så har jeg det sådan, at det kan jeg slå op på Wikipedia, eller et eller andet. Det gider jeg ikke. [...] Det skal være super let, og det skal bare være sådan click, så virker det, fordi hvis det er sådan noget; du skal lige signe dig op og pis og lort, så gider jeg det slet ikke, så sletter jeg den med det samme." (Bilag 8).

Testpersonen Anna var mest begejstret for at tilgå løsningen i form af en app til hendes egen telefon. Hun gav udtryk for, at hun på denne måde kunne se en højere grad af komfort og hjemlighed, hvis hun kunne gå rundt med sin egen enhed, som hun desuden ville vide hvordan fungerer (Bilag 7).

Det er klart, at man som designer må forholde sig til den måde selve designet bør integreres i udstillingen på, men til spørgsmålet om hvorvidt applikationen bør tilgås på en iPad eller en smartphone, kan det i sidste ende komme til at handle om økonomi for museet. I tilfælde af, at man må forholde sig til de lavest mulige omkostninger, kan en applikation til brugerens egen smartphone blive en nødvendighed, mens at hvis museet er i besiddelse af en større grad af økonomisk overskud, kan det være muligt at indkøbe iPads udelukkende til dette formål, eller at lave en kombination.



5.4 PROTOTYPE VERSION 2: "FIND DETALJEN"

Udarbejdelsen af version to af prototypen "Find Detaljen" tog afsæt i de indsigter vi fik i forbindelse med første testrunde, og kom til at tage udgangspunkt i mere kunsthistoriske og symbolske informationer omkring detaljerne i kunstværket. Her befinder vi os mellem en blanding af en Role og en Look and Feel prototype, da vi stadigvæk forsøger at kortlægge brugeroplevelsen, men samtidigt tester visuelle elementer af såsom knapper og placeringen af disse (Houde & Hill, 1997).

Vi valgte at benytte et nyt kunstværk, nemlig værket: "En ung kunstner (Ditlev Blunck) betragter en skitse i et spejl, 1826" som er malet af Wilhelm Bendz (1804-32). Værket er placeret i udstillingen Nordic Highlights - Spot på Dansk og Nordisk Kunst 1750 - 1900 og måler 98x85 cm. (SMK, u.å.c). Dette værk blev valgt, da det fremstod detaljerigt og indeholdt tilgængelig information for udarbejdelsen af information, til de detaljer vi ønskede at fremhæve i "Find Detaljen".

DELIVER

Vi valgte altså at gå væk fra de værker vi havde brugt i første prototype, dels for vores egen skyld, da vi kunne finde mere information omkring dette værk, men også i tilfælde af gengangere af testpersoner. Vi benyttede dog ikke de samme testpersoner i disse to testrunder, men havde vi gjort dette, ville vi gerne have, at testpersonen ikke kendte til de udvalgte detaljer på forhånd. Vi har selv udformet teksten omkring

detaljerne, men fundet informationer om detaljerne fra SMK's hjemmeside (SMK, u.å.c), samt Steen Hammershøys Andersens "Detaljer og detaillister - om detaljestudiers videnskabelige og private potentialer" (2012), så vi sørger for, at detaljerne om symbolikken i værket er historisk korrekte. Vi har omskrevet de forskellige detaljer til et kortere format, og med dette forsøger vi at gøre informationerne mere tilgængelige for den almindelige museumsgæst, som ikke er uddannet i kunsthistorie eller lignende.

FOKUS

Oplevelsen af at finde lærerig information omkring værkerne, som bærer præg af kunsthistoriske og symbolske detaljer.



Version 2 af prototypen i alle dens dele



5.4.1 FOKUS PÅ DETALJERNE I KUNSTVÆRKET

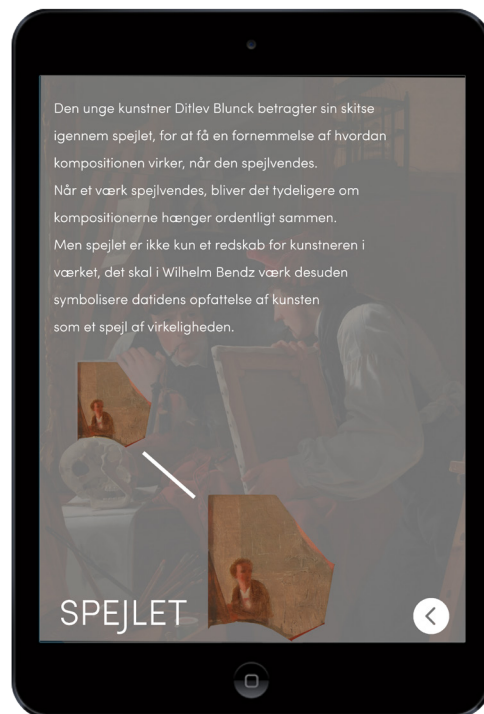
At have fokus på detaljerne i kunsten, er noget Statens Museum for Kunst allerede har fokuseret på i en udstillingssammenhæng. I perioden 12. oktober 2012 til 17. marts 2013, havde museet en udstilling ved navn "[Detaljer]" (SMK, 2013). Denne udstilling satte netop fokus på den detaljerigdom, som de enkelte kunstværker indeholder og den betydning, som disse detaljer har for beskuerens tolkning af værkerne: "Udstillingen stiller skarpt på detaljens betydning i kunsten. Hvilken rolle spiller detaljen for forståelsen af et billede? Og hvordan har kunstnere gennem tiden arbejdet med detaljen?" (SMK, 2013). Detaljens vigtighed i kunsten blev med udstillingen "[Detaljer]" gjort tydelig, og som Rasmus Kjærboe skriver i artiklen "Detaljer", så skabes helheden ofte gennem detaljerne (Kjærboe, 2012). Et billede er, som han skriver, aldrig entydigt, men sammensat af detaljerne, og detaljer kan derfor både i verden, men også i kunsten være med til at skabe en forståelse af den sammenhæng de ses i (Kjærboe, 2012). Detaljernes rigdom blev i denne udstilling vist i form af omkring 80 tegninger, malerier og grafiske værker og havde bl.a. fokus på hvordan detaljen benyttes af kunstnere gennem tiden (SMK, 2013). "Find Detaljen" kan siges at være en digitaliseret udgave af dette udstillingsformat, og giver brugeren mulighed for, at gå på opdagelse i andre af museets værker, som en detektiv der finder spor med sin lup. En lup der i vores tilfælde er udformet som en iPad.

Herunder ses de tre detaljer, som de fremstår overfor brugeren, når en detalje er fundet med "Find Detaljen".



Wilhelm Bendz (1804-32): "En ung kunstner (Ditlev Blunck) betragter en skitse i et spejl", 1826





Detaljen omhandlende spejlet



Detaljen omhandlende kunstnerens blik





Detaljen omhandlende tegningen på staffeliet

5.4.2 SPEJLET

Den unge kunstner Ditlev Blunck betragter sin skitse igennem spejlet, for at få en fornemmelse af hvordan kompositionen virker, når den spejlvendes. Når et værk spejlvendes, bliver det tydeligere om kompositionerne hænger ordentligt sammen. Men spejlet er ikke kun et redskab for kunstneren i værket, det skal i Wilhelm Bendz værk desuden symbolisere datidens opfattelse af kunsten som et spejlbillede af virkeligheden.

5.4.3 KUNSTNERENS BLIK

Kunstneren Ditlev Bluncks blik på sin egen skitse vidner om et forsøg på, at give os et indblik i malerens selvopfattelse. Datidens malere betragtede sig selv som seriøst arbejdende og selvbevidste kunstnere, som var mere en blot specialiserede håndværkere. Kunstnere i begyndelsen af 1800-tallet betragtede nemlig sig selv som åndsarbejdere, som viede deres sjæleliv til malerkunsten. Vores blik ind i Ditlev Bluncks seriøse og detaljeorienterede blik, giver os altså mulighed for at forstå hans dedikation til sit arbejde.

5.4.4 TEGNING PÅ STAFFELI

Læg mærke til de to små hunde som er malet på staffeliet. Det er ikke til at sige hvad betydning de har, andet end, at de er med til at skabe et helhedsindtryk af kunstnerens virke i et studium. Maleren befinder sig i et rum som er tætpakket af redskaber og hjælpemidler, der antyder alle de elementer, som går forud for udførelsen af et maleri.



5.4.5 FANDT DU IKKE DET DU SØGTE?

Et nyt tiltag i vores prototype version 2 er, at give brugeren mulighed for at lade SMK vide, hvilke detaljer i de forskellige kunstværker, de ønsker at få uddybet. Måske finder en bruger en interesse for en specifik del af et værk, som "Find Detaljen" ikke allerede har registreret i detaljearkivet. Nu har brugeren mulighed for, ved hjælp af knappen "Fandt du ikke det du søgte?", at lade SMK vide præcist hvilken detalje som de ønsker uddybet.

Ved at klikke på denne knap, kan brugeren tage et billede af den enkelte del, som han eller hun ønsker information om og tilmed skrive et spørgsmål til detaljen. Brugeren har nu mulighed for at sende dette billede og spørgsmål til SMK, som derefter kan forsøge at imødekomme brugerens ønske. Hvis detaljen har været mulig at finde information om, og er blevet registreret af flere museumsgæster, kan brugeren forvente at få den implementeret i applikationen og dermed kunne se den i udstillingen. Vi forestiller os, at en detalje kan blive implementeret i applikationen hvis f.eks. 50 museumsgæster, har fundet den interessant og er nysgerrige på information omkring den. Har brugeren sendt en detalje og et spørgsmål til SMK, vises en push-besked som kan ses til højre sammen med interfa-

FOKUS

Oplevelsen af at kunne tilkendegive sin interesse og dermed bidrage til oplevelsen af formidlingsindholdet i applikationen.

cet. Informationen samles af museets formidlingsafdeling og kan blive brugt til at holde konceptet up-to-date, i forhold til det som brugerne gerne vil have information omkring og er nysgerrige på. Dette tiltag udsprang dels af, at vi oplevede, at brugerne søgte efter detaljer, som vi ikke havde

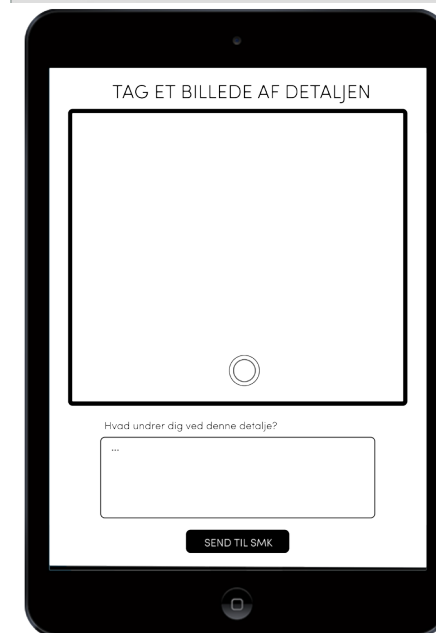
implementeret i prototypen (Bilag 7 & 8) og dels af paradigmeskiftets fokus på brugernes aktive deltagelse i museumsoplevelsen (Drotner et al., 2011; Simon, 2010). SMK's digitale producer Rodin Flyckt gjorde os desuden opmærksom på, at de på SMK allerede oplever et ønske om, at komme med ris og ros til museet, dog i en analog form, hvor gæsterne kan skrive på en

seddel med overskriften "Jeg var på SMK og...", og tilkendegive en oplevelse de har haft på museet. Som Rodin Flyckt udtaler, så er hun glad for at deres gæster har lyst til at give museet mulighed for at få et indblik i deres oplevelser:

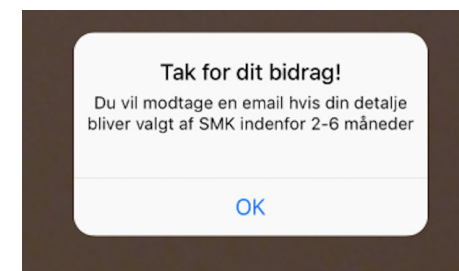
"[...] og det gør folk, altså de bruger det rent faktisk, og det er sådan noget jeg synes der er mega sjovt at se, at folk de virkelig sådan gør noget. Det er hurtigt og det er også en direkte dialog til SMK, for alle medarbejdere ser de her sedler ik."

(Bilag 6).

Et af de vigtige råd fra Udstillingsdesigner og museums konsulent Nina Simon (2010), som vi i



Interface til "Fandt du ikke det du søgte?"



Push notifikationen når en detalje er registreret og indsendt til SMK



særdeleshed bed mærke i, var rådet omkring den personlige kommunikation med publikum. Simon (2010) mener ikke at den direkte kommunikation med publikum, generelt bliver prioriteret nok fra museernes side. Et billede som blev rodfæstet i vores bevidsthed, var Simon's sammenligning mellem et museumsbesøg og et one-night-stand; "they don't call, they don't write, and they don't pine." (Simon, 2010, s. 67). Denne sammenligning begrundes hun med manglen på personlig kommunikation mellem den besøgende og museet. Den besøgende kan modtage et nyhedsbrev eller stå på en mail-liste, men den personlige kontakt fremstår ikke herigennem (Simon, 2010). Når den besøgende aktivt vælger at deltage i en oplevelse, er hun også mere tilbøjelige til at følge op på det, end hvis oplevelsen er ensrettet og sendt ud til samtlige personer på en mail-liste (Simon, 2010). Simon beskriver tre faktorer, som øger chancen for, at en museumsbesøgende aktivt vælger at tilgå en information derhjemme, som er blevet genereret fra museumsbesøget:

1. *The extent to which the content is personalized,*
2. *The amount of investment in the onsite activity,*
3. *The ease with which the content can be accessed at home*" (Simon, 2010, s. 68).

Det personlige element er vigtigt, fordi vi som mennesker grundlæggende er interesserede i os selv, skriver Simon (2010). De første to faktorer smelter derfor let sammen, da vi ofte er tilbøjelige til at engagere os mere, hvis aktiviteten berører os personligt (Simon, 2010). Den sidste faktor beror på, hvor nemt den museumsbesøgende kan tilgå

indholdet, når hun kommer hjem fra sit museumsbesøg. Får hun en kode eller nogle trin hun skal igennem på en hjemmeside, vil hun være tilbøjelig til at stoppe processen, mens hvis hun modtager en mail med det aktuelle indhold, vil hun være mere tilbøjelig til at følge op på aktiviteten derhjemme (Simon, 2010). Vores håb med funktionen "Fandt du ikke det du søgte?", er derfor, at brugeren vil engagere sig, og lade sin personlige interesse for en specifik detalje blive et led i "Find detaljens" indhold.

5.4.6 IKONER

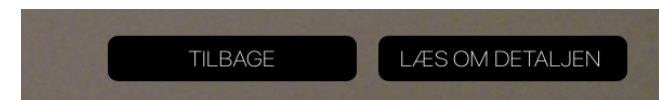
I denne udgave af "Find Detaljen" har vi på baggrund af ovenstående indsigter fra sidste brugertest, samt vores ekspertinterview valgt at implementere en række ikoner, for at højne brugervenligheden i interfacet. Især ekspertinterviewet med den digitale producer Rodin Flyckt fra SMK pegede på, at knapper var nødvendige i en User Experience sammenhæng:

"Grunden til at de der pile er der, det er igen også noget der bygger på utrolig meget sådan UX, hvor man har været ude og kigge på, jamen folk her i huset de kan simpelthen ikke, hvis de står overfor en iPad, så står de sådan her [kigger lige ud i luften], og forventer at der skal ske noget [...] der skal simpelthen være knapper." (Bilag 6).

Vi har implementeret en "tilbage" pil, som brugeren kan trykke på, når hun har fundet en detalje på værket. Her kan brugeren læse om detaljen, og



derefter trykke på pilen, når hun er færdig. Her imødekommer vi desuden den forhindring, vi så i vores brugertest med Julie, som stod og læste om detaljen med iPad'en i udstrakt arm (Bilag 8). Vi undgår, at brugeren tror, at hun får detaljen til at forsvinde, når hun tager iPad'en ned foran sig for at læse, da knappen er med til at indikere, at det er muligt at gå tilbage ved at trykke på den.



Som en ny funktion har vi desuden tilføjet to knapper, som dukker op når brugeren har fundet en detalje. Disse knapper giver brugeren mulighed for enten at læse om detaljen, eller søge videre hvis brugeren ikke finder denne detalje interessant. Så undgår brugeren at læse om noget, hun ikke finder relevant, og det indikerer desuden på en klar og tydelig måde, at brugeren nu har fundet en detalje. Dette tiltag imødekommer generelt vores persona og vores testpersoner, da personlig interesse indikerer, hvorvidt de ønsker at læse om en detalje. Finder de ikke detaljen interessant har de altså mulighed for at gå videre, og finde noget der falder mere i deres smag, eller direkte tilkendegive en detalje, som ikke allerede findes i applikationens database.



5.4.7 ANDEN TESTRUNDE

I forbindelse med vores anden testrunde rekrutterede vi to personer som er beskrevet kort i skemaet nedenfor.

TESTPERSON	ALDER	BESKÆFTIGELSE	PROTOTYPE VERSION	REKRUTTERET FORDI
Marie Relation: veninde Bilag 9	28	Uddannet i æstetik og kultur samt journalistik	Prototype 2	Marie er med sine sproglige og analytiske kompetencer en god testperson, da hun let kan beskrive værdier og ulemper ved et design.
Astrid Relation: veninde Bilag 10	24	Medicinstuderende	Prototype 2	Astrid har aldrig været på SMK og går sjældent på museum. Hun er derfor med sin minimale kunstinteresse interessant i forhold til at få en ikke-kunstinteressets holdning til designet.

Skema 5: Testpersoner til anden testrunde

Vores anden testrunde blev foretaget tirsdag d. 11. april kl 12.00 - 13.00. De to testpersoner var Astrid og Marie på hhv. 24 og 27 år. Som sidst foregik testen på SMK, dog i samlingen: "Nordic Highlights - Spot på Dansk og Nordisk Kunst 1750 - 1900" (SMK, 2017b). Som i første testrunde udførte vi seancerne således, at personerne først testede prototypen på værket, og derefter interviewede vi testpersonerne omkring oplevelsen af prototypen. Vi filmede ligeledes testperso-

nerne mens de udførte testen for i analysen, at kunne se hvordan de agerede med prototypen. I anden testrunde ville vi ligeledes teste de nyligt inkorporerede funktioner, så vi kunne specificere så meget som muligt inden den tredje, digitale prototype.

Et særligt fokus i den tredje testrunde var knapper, og hvordan brugerne reagerer på disse. Spørgsmål såsom hvorvidt brugerne forstod knappernes funktion, samt bemærkede dem,

var vi særligt opmærksomme på under testen, da den netop var forløber for udviklingen af en digital prototype med fungerende knapper. Ud over brugerens forståelse af det funktionelle, var vi desuden med denne testrunde, interesseret i at få to nye brugeres syn på den generelle oplevelse af designkonceptet. Vi ønskede at stille spørgsmål til deres oplevelse af at afsøge kunstværket for detaljer, det rent indholdsmæssige omkring detaljerne, samt "Fandt du ikke det du søgte?" funktionen, som var et nyt tiltag med denne prototype.





Testpersonen Marie kigger efter en detalje på værket



Testpersonen Marie zoomer ind på en detalje på værket



Testpersonen Astrid kigger efter en detalje på værket



Testpersonen Astrid læser om en detalje på værket

5.4.8 INDSIGTER FRA ANDEN TESTRUNDE

Generelt om oplevelsen af "Find Detaljen"

Begge testpersoner gav udtryk for at være begejstrede for ideen og kunne sagtens se sig selv bruge den i forbindelse med et museumsbesøg (Bilag 9 & 10). Marie gav udtryk for, at hun ikke var dybt kunstinteresseret, men at hun med dette formidlingsdesign, ikke følte at formidlingen var for tung (Bilag 9). Hun udtalte, at hun ofte kunne finde på at passere kunstværker som disse, men at vores løsning sagtens kunne være noget hun kunne blive nysgerrig på, og som derfor kunne få hende til at kigge nærmere på værket:

"Altså jeg tænker helt sikkert, at det kunne være en virkelig sjov måde at forstå mere i værket, for man har tit måske en tendens til bare at gå forbi. Altså sådan et værk som det der, ville jeg nok ikke have sådan stoppet op ved.

Men det er ret sjovt f.eks. at få den der baggrundsviden omkring kunstneren og hvordan kunstneren har set sig selv."
(Bilag 9).

Marie syntes, at hun gennem prototypen fik baggrundsviden som hun fandt interessant. Om dette udtalte hun: "Altså det er et godt redskab til at forstå et værk bedre". (Bilag 9). Dog udtalte Marie desuden, at det hurtigt kunne være en aktivitet, som ville tage lang tid. Derfor ville hun helst have, at den var brugbar på udvalgte værker og at dette var tydeligt indikeret (Bilag 9).

Astrid virkede igennem testen positivt indstillet overfor den generelle oplevelse af prototypen. Hun sidestillede det med den traditionelle, guide-tur man som gæst på et museum, har mulighed for at være en del af, men anså det som værende et bedre alternativ til turen. Om dette udtalte hun:

"[...] det er sådan en god blanding af, at man godt gider at vide noget mere om det man ser, når man er på museum, men måske det der med en fucking guidet tur, eller sådan; skal man lige gå i den gruppe der, og så kan man ikke høre hvad hun siger. Så kan man bare gå rundt med det selv."
(Bilag 10).

Der bliver altså vækket en nysgerrighed hos begge testpersoner og ideen om selv at kunne administrere sin færden rundt på museet og opsøge information gav god mening for testpersonerne, som den potentielt også kunne gøre det for vores persona Pernille.

Indsigt 1: Prototypen lægger op til at brugeren kigger mere på selve kunstværket.

Testpersonen Marie udtalte, at hun blev mere motiveret til at kigge på kunstværket, når der er en skærm imellem hende og værket. Hun gav udtryk for irritation over, at skærmen var mellem hende og værket, hvilket gjorde, at hun tog skærmen ned foran sig for at kigge efter på selve værket. Hun udtrykte dette således:

"[...] altså jeg får lyst til, lige så snart at den udpeger en detalje, så får jeg jo lyst til at fjerne iPad'en og kigge direkte på værket i stedet for. Den information jeg får, giver mig jo lyst til at kigge direkte på det." (Bilag 9).

"Jeg tror faktisk netop at det motiverer en til at kigge endnu mere på det der værk, end modsat, så det synes jeg fungerede rigtig fint, altså det synes jeg var rigtig sjovt." (Bilag 9).

Dette blev desuden også bekræftet i den video, vi tog af brugertesten med Marie, hvor det var tydeligt at Marie først læste om en detalje, hvorefter hun fjernede iPad'en for at bekræfte, at detaljen befandt sig på værket (Bilag 15c). Desuden så vi også i videoen af brugertesten med testpersonen Astrid, at hun fjernede iPad'en for at bekræfte den detalje hun så på værket (Bilag 15d).

Dette ser vi som en meget interessant og brugbar indsigt, da vores formål med designløsningen netop er, at skabe en forbindelse mellem kunstværkerne på museet og publikum. Kan vi ligefrem få dem til at kigge endnu mere på kunstværkerne med "Find Detaljen", må løsningen nødvendigvis være berettiget og give mening for museet.

Indsigt 2: Mængden af tekst og selve typen af detaljer er passende i deres nuværende form.

Selve detaljerne på de forskellige værker fandt Astrid passende og "[...] lige tilpas." (Bilag 10). Marie mente desuden, at det ikke var så tungt, hvilket en guidet tur eksempelvis godt kan føles som, når man besøger et museum (Bilag 9). Dermed kunne



vi bibeholde samme mængde og stil af detaljer til version tre af prototypen, da vi, modsat vores første brugertest, modtog positiv respons på selve indholdet i "Find Detaljen".

Indsigt 3: Testpersonerne finder det interessant, at prototypen har spil referencer.

Omkring oplevelsen af, at søge efter noget med prototypen, bruger begge testpersoner udtryk som: skattejagt, spil og gevinst:

"Det tror jeg ville være rigtig sjovt, altså sådan skattejagt agtigt. Det minder mig om et eller andet, sådan 3D et eller andet. Jeg ved ikke hvad det er. Det er et spil jo nærmest ikke. At køre hen over og noget så kommer frem." (Bilag 9).

"Jeg tror meget jeg havde sådan en følelse af, om man fandt det rigtige. Om der sådan var fangst, eller gevinst." (Bilag 10).

Dette vidner om, at brugerne fandt det spændende og stimulerende at lede efter detaljer med prototypen. Testpersonen Astrid nævnte dertil, at hun godt kunne lide aspektet i at afsøge værket og udtrykte, at hun syntes det ville være ærgerligt, hvis alle detaljerne lyste op med det samme, når brugeren førte iPad'en hen på værket (Bilag 10).

Vi formoder med denne indsigt, at brugerne fandt en interesse i at formidlingen af kunstværket blev leveret på en alternativ måde, som i dette tilfælde bærer præg af et spil eller en udfordring. Det er endvidere vigtigt for vores persona, at hun har

mulighed for at tilgå et fleksibelt design, som lader hende selv strukturere sin formidling. Hun ved ikke noget værre end, hvis hun er nødt til at stå i en kø af mennesker og en guide præciserer for hende, hvad hun skal se og lægge vægt på, det ønsker hun som Explorer selv at styre (Falk, 2009). Med "Find Detaljen", kan Pernille selv søge efter interessante detaljer og få en belønning i form af et informativt element knyttet til detaljen.

Indsigt 4: Der er blandede oplevelser af "Fandt du ikke det du søgte?" funktionen, og det blev i den forbindelse fremhævet, at det er vigtigt, at der bliver fulgt op på tilkendegivelsen af en detalje. Desuden skal knappen på iPad'en være større.

Marie gav udtryk for, at hun skulle undre sig i en særlig høj grad, før hun ville rapportere en manglende detalje til SMK (Bilag 9). Hvorimod Astrid fandt det forløsende at rapportere en detalje som hun havde undret sig over, ikke var en del af prototypen (Bilag 10). Astrid udtalte desuden følgende til spørgsmålet om, hvorvidt hun vil finde det tilstrækkeligt, at hun får en mail med information, om den detalje hun har sendt ind til SMK:

"Ja. Ja. Det var en rigtig god idé. Også fordi det behøver ikke være sådan, at når jeg sender den her, så ved jeg at det kommer. Men det der med at der er en mulighed for... og man så får besked. Ja. Det kunne være sjovt. Det tror jeg, fordi så giver det rigtig meget mening. For så er det forløsning nok bare at kunne give sig tilkende; altså jeg så altså kun det her, nu skal i bare høre.

Det tror jeg kunne være meget fedt." (Bilag 10)

For Astrid virkede selve tilkendegivelsen tilstrækkelig. Hun gav udtryk for, at følelsen af at sige noget i retning af "jeg så altså det her, og det synes jeg er interessant", ville give hende en følelse af at videbringe noget hun personligt havde fundet i et kunstværk og derfor en personlig oplevelse, som vi tolker det (Bilag 10). Hun udtalte desuden følgende, til spørgsmålet om, hvorvidt hun kunne forestille sig at komme igen, for at se den eksakte detalje, som hun selv har bidraget til at få frem: "Hvis man vidste at de var kommet på, ja. Det kunne sgu da være sjovt. Så føler man virkelig også at man har bidraget." (Bilag 10). Selve følelsen af at bidrage med noget, kan altså give Astrid lysten til at besøge en udstilling igen. Vi må derfor gå ud fra, at en bruger som Astrid, ud fra Simon's tre faktorer, ville følge op på sit personlige engagement i selve udstillingen, når hun senere derhjemme ville modtage en mail, med information omkring den specifikke detalje og med besked om, hvorvidt detaljen ville kunne ses i udstillingen.

Marie udtalte, at hun forventede en form for forløsning på forespørgslen. Hun kunne godt tænke sig, at man fik en notifikation omkring, at ens detalje var blevet valgt til applikationen:

"Altså jeg synes det kunne være fedt, hvis det fungerede sådan at man fx fik en sms. Men det er også oplagt at bruge det som sådan et forbedringsredskab til en kommende besøgende, men altså hvis det så samtidig kunne være sådan en service hvor man fik en sms." (Bilag 9).



Astrid udtalte endvidere, at hun ikke ønsker at forespørgslen bare ender i en mail-box, som aldrig bliver tjekket eller reageret på (Bilag 10). Derudover ønskede Astrid at knappen skulle gøres større, da hun ikke lagde mærke til den på iPad'en under testen (Bilag 10). Dette kan hænge sammen med at det lokale, kunstværket befandt sig i er meget mørkt, og at det derfor kunne være lidt svært at se knappen i dens nuværende form, grundet dens størrelse.

Indsigt 5: Brugerne finder det mest komfortabelt, at iPad'en bliver udleveret i receptionen og er klar til brug.

Til spørgsmålet omkring hvorvidt testpersonerne ønskede at bruge "Find Detaljen", hvis det i stedet var en applikation til deres egen telefon, var svaret entydigt: både Marie og Astrid foretrak, at iPad'en kunne hentes i SMK's reception og tages med rundt på udstillingerne:

"Men jeg tror hvis at det var en app, så er jeg ikke sikker på at jeg ville downloade en app til min telefon, fordi at jeg skulle på kunstmuseum. Det tvivler jeg på at jeg ville gøre. Det kræver ret meget for at jeg downloader noget. Øhm, men hvis man fik udleveret og det så var markeret tydeligt der hvor der var noget, så tror jeg... så ville det selvfølgelig kræve at man skulle være opmærksom på at det ligesom skete, men det ville jeg helt sikkert synes var sjovt." (Bilag 9)

Astrid tilføjede til dette, at hun ikke har lyst til at gå igennem alle de steps der hører med, at downloade en app til sin telefon. Her ville hun

foretrække, at hun kunne hente den i informationen og tage den med sig rundt. Hun gav desuden udtryk for at oplevelsen af, at gå på museum, for hende, ikke indebære at have sin telefon på sig hele tiden. Museumsoplevelsen er for hende noget udenfor hendes hverdag og da hendes telefon er en stor del af hverdagen, ville den være et forstyrrende element. Hun ville desuden godt kunne lide den eksklusive fornemmelse af at få noget udleveret, som kun skulle bruges til denne ene oplevelse. Hun fandt desuden ideen om at iPad'en skulle være placeret ved de enkelte værker ukomfortabel, da den så kunne være optaget af en anden bruger, når hun gerne ville bruge den (Bilag 10).

Indsigt 6: Vi skal inkorporere en startskærm i den digitale og tredje prototype, som forklarer brugeren hvordan hun benytter "Find Detaljen"

Specielt testpersonen Astrid gav udtryk for, at hun gerne ville have en form for "How to" beskrivelse af, hvad "Find Detaljen" kunne og hvordan den skulle bruges (Bilag 10). Udover at give en indledende beskrivelse af prototypens funktioner og hvordan testen skulle foregå oplevede vi desuden, at skulle forklare undervejs i testen hvordan brugerne skulle tilgå den (Bilag 15c & 15d). Dette kunne være undgået, havde der været højere grad af information vedrørende dens generelle funktion og hvad brugerne kunne opnå ved at bruge prototypen. Selve navnet "Find Detaljen" fremgår desuden ikke i denne version, og bør også fremgå når prototypen tages i brug. Astrid fra denne testrunde og Julie fra første testrunde gav begge

udtryk for, i de efterfølgende interviews, at benytter de en app, så skal det være helt enkelt hvad man skal med den. Opstartsfasen når den tages i brug, skal være så simpel som muligt, så man ikke skal sætte sig ind i en masse nye funktioner og skal igennem en masse steps før man kan gå igang (Bilag 8 & 10).



5.5 PROTOTYPE VERSION 3: "FIND DETALJEN"

I tredje prototype af "Find Detaljen" valgte vi at digitalisere prototypen, for at kunne teste hvordan brugerne ville agere og reagere på en fungerende prototype på iPad. Modsat prototype 1 og 2 har vi i den tredje ikke fokuseret så meget på selve de detaljer prototypen rummer, da testpersonerne i anden testrunde, fandt disse fyldestgørende, men snarere det digitale aspekt: at skabe et flow mellem de forskellige skærbilleder, at lave fungerende knapper som synes intuitive for brugeren samt at illustrere det interface brugeren bliver mødt med, når hun skal finde en detalje. Her befinder vi os altså mellem en Integration og en Implementation prototype i Houde og Hills teoretiske rammesætning, hvor vi har klargjort brugeroplevelsen i de tidligere iterationer og nu ønsker at teste det digitale aspekt; flow imellem interfaces, knapper, user experience, selve tyngden af iPad'en og hvordan prototypen og oplevelsen fungerer i en digital kontekst (Houde & Hill, 1997). Grundet tidspres var det ikke muligt at udvikle en algoritme, som kunne genkende specifikke pixels og dermed detaljer på et værk, hvorfor vi i version 3 lavede en prototype, hvor brugeren skulle trykke på skærmen med iPad'ens kamerafelt, for at læse om den pågældende detalje. Vi valgte at gøre brug af detaljen "Kunstnerens blik" fra anden testrunde, og dermed var vi i udviklingsprocessen kun fokuserede på digitalisering og ikke på nyt indhold eller nye features.

Alle interfaces til den digitale prototype vises på næste side.

DEVELOP

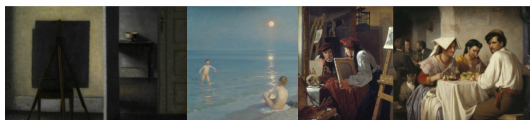
FOKUS

Oplevelsen af den digitale udgave af prototypen.



FIND DETALJEN


TRYK FOR AT STARTE



Startskærm

FIND DETALJEN

Forestil dig at denne iPad er en lup.

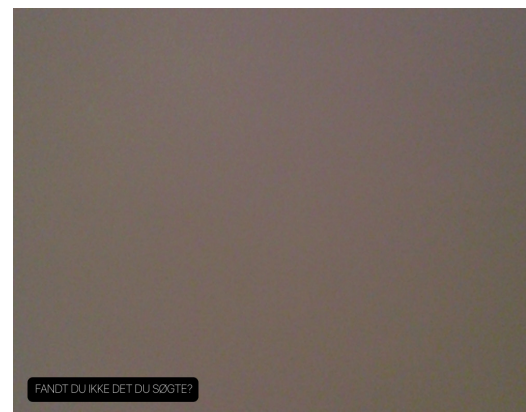
Du kan med luppen finde detaljer, som du ellers ikke kan læse dig til i kunstværkerne markeret med dette symbol: 

Du skal altid holde minimum 30 centimeters afstand til kunstværket.

START

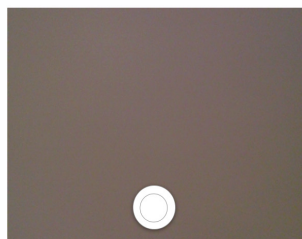


Informationsskærm



Afsøgningsskærm

TAG ET BILLEDE AF DETALJEN



Hvad undrer dig ved denne detalje?

SEND TIL SMK

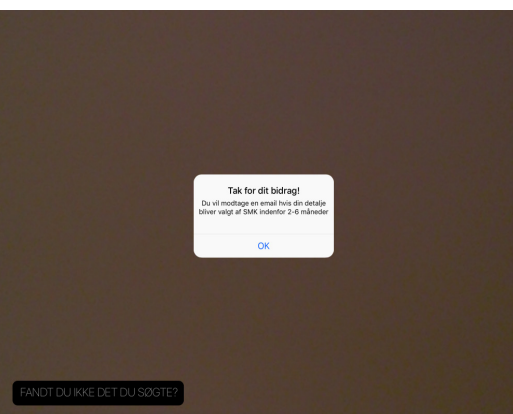


Efter klik på "Fandt du ikke det du søgte?" er det muligt at tage et billede og sende det til SMK

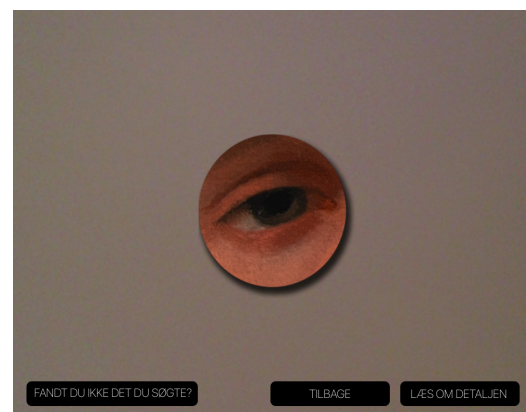
Tak for dit bidrag!

Du vil modtage en email hvis din detalje bliver valgt af SMK indenfor 2-6 måneder

OK



Push-besked efter sendt detalje



Øjet er fundet som detalje i værket

KUNSTNERENS BLIK

Kunstneren Ditlev Blucks blik på sin egen skitse vidner om et forsøg på, at give os et indblik i malerens selvopfattelse. Datidens malere betragtede sig selv som seriøst arbejdende og selvbevidste kunstnere, som var mere en blot specialiserede håndværkere. Kunstnere i begyndelsen af 1800-tallet betragtede nemlig sig selv som åndsarbejdere, som videde deres sjæleliv til malerkunsten. Vores blik ind i Ditlev Blucks seriøse og detaljeorienterede blik, giver os altså mulighed for at forstå hans dedikation til sit arbejde.



Læs om detaljen

5.5.1 TREDJE TESTRUNDE

DELIVER

I forbindelse med vores tredje og sidste testrunde rekrutterede vi Julie og Marie, som var testpersoner i hhv. første testrunde og anden testrunde. Vi valgte at rekruttere netop disse to personer, da vi i denne testrunde havde fokus på det digitale og ikke i lige så høj grad det indholdsmæssige, som Julie og Marie allerede var blevet introduceret for. Da de allerede havde en forståelsesramme omkring idéen, kunne de nu lægge vægt på at formidle deres overordnede indtryk af designløsningen, i den mest færdige version vi kunne fremstille i dette projekts omfang. Vi valgte desuden at fremlægge prototypen for tilfældige personer på museet for at få en fornemmelse af hvorvidt løsningen gav mening hos personer, som ikke på forhånd havde noget forhold til prototypen. Vi introducerede prototypen for to unge, svenske piger, en museumsvagt og et ungt, tysk par, og lod dem prøve prototypen og komme med deres umiddelbare holdning til designidéen.

Til højre ses et skema over de rekrutterede testpersoner:

TESTPERSON	ALDER	BESKÆFTIGELSE	PROTOTYPE VERSION	REKRUTTERET FORDI
Julie Relation: veninde Bilag 11	30	Uddannet fra Danmarks Tekniske Universitet, specialiseret i Interaktionsdesign	Prototype 1 Prototype 3	Julie har prøvet prototype version 1 og har derfor en forståelse af konceptet
Marie Relation: veninde Bilag 12	28	Uddannet i Æstetik og Kultur samt Journalistik	Prototype 2 Prototype 3	Marie har prøvet prototype version 2 og har derfor en forståelse af konceptet
Museumsvagt Bilag 13	Ukendt	Museumsvagt på SMK	Prototype 3	Museumsvagten befinder sig på den pågældende udstilling og har derfor kendskab til værkerne samt museets gæsters færden
Tysk par Bilag 13	Ukendt	Ukendt	Prototype 3	Parret syntes at være i alderen 20-30 år og virkede nysgerrige på udstillingens forskellige værker
Svensk venindepar Bilag 13	Ukendt	Ukendt	Prototype 3	De to, svenske veninder syntes at være i alderen 20-30 år og havde en samtalen om et værk i den pågældende udstilling, hvorfor de virkede nysgerrige på værkets indhold

Skema 6: Testpersoner til tredje testrunde



Vores tredje testrunde blev foretaget tirsdag d. 25. april kl 11.00 - 13.00. Som sidst foregik testen på SMK, i samlingen: "Nordic Highlights - Spot på Dansk og Nordisk Kunst 1750 - 1900" (SMK, 2017b). Som i første og anden testrunde udførte vi seancerne således, at personerne først testede prototypen på værket, hvorefter vi interviewede testpersonerne omkring oplevelsen af prototypen. Vi filmede ligeledes testpersonerne mens de udførte testen for at kunne se i analysen, hvordan de agerede med prototypen (Bilag 15e & 15f). De tilfældige museumsgæster og museumsvagten forklarede vi om konceptet og lod dem derefter prøve prototypen. Vi snakkede med dem omkring løsningen på stedet og havde derfor en mere uformel tilgang til dem. Dette gjorde vi fordi vi ikke ønskede at opholde dem alt for længe og blot havde et ønske om at få en fornemmelse omkring, hvorvidt de kunne forstå vores idé, selvom de ikke var indforstået med den som testpersonerne Marie og Julie var.



Testpersonen Julie har fundet en detalje



Museumsvagten prøver "Find Detaljen"



To svenske piger prøver "Find Detaljen"



Det tyske par prøver "Find Detaljen"



5.5.2 INDSIGTER FRA TREDJE TESTRUNDE

Generelt om oplevelsen af den digitale udgave af "Find Detaljen"

Der ses generelt en begejstring omkring designløsningen fra Marie og Julie. Vi observerede at de gik meget intuitivt til den digitale prototype. Der var et godt flow og det virkede til at den var overskuelig for dem begge (Bilag 15e & 15f). Julie gav desuden udtryk for, at designet var enkelt og i god tråd med SMK's øvrige visuelle effekter, som f.eks. plakater og flyers etc. (Bilag 11). Til forskel fra de to foregående prototyper, var der med den digitale udgave en enkelthed over testen, da vi blot gav en kort introduktion og derefter kunne give de to testpersoner iPad'en i hånden. Herefter gav det meste sig selv. Vi behøvede ikke forklare hvordan de skulle gå til den, både fordi de havde en forforståelse og fordi, de fik den relevante information i iPad versionen, i form af tekst og knapper. Det samme kom til udtryk med museumsgæsterne og museumsvagten, da disse desuden gik forholdsvis intuitivt til prototypen. Vi var dog nødsaget til at forklare det tekstmæssige indhold til det tyske par, da de ikke forstod dansk. Vi havde derfor et overordnet billede af, at alle testpersoner havde en forståelse af det funktionelle, men også at de virkede nysgerrige og interesserede i løsningen (Bilag 13).

Indsigt 1: Den digitale prototype giver mindre anledning til, at brugerne kigger på selve værket.

I forrige interview med Marie, gav hun eksplicit udtryk for, at hun kiggede mere på selve kunstværket på grund af prototypen (Bilag 9). I denne test og i det efterfølgende interview gav Marie udtryk for, at hun modsat kiggede mindre på selve kunstværket og mere holdt sig til iPad'en (Bilag 12). Hun forklarede at hun med den digitale version følte, at hun ikke i samme grad burde kigge tilbage på kunstværket, hvilket hun fandt ærgerligt (Bilag 12). Julie beskrev samme tendens, men mere implicit, da hun tilkendegav, at hun syntes, at det var fint, at man under tekstindholdet kunne se maleriet med en grå fade ovenpå, hun udtalte:

"Ja og nu når jeg tænker over det, nu kan jeg jo se, at her har i faktisk billedet med [viser på applikationen], så selvom jeg tager den ned, så kan jeg faktisk godt stadig overskue billedet. Og nåh ja, han kigger på sig selv. Der står det der med øh; indblik i malerens selvopfattelse, nåh jamen det er jo fordi han kigger sig selv i spejlet, så på den måde er det faktisk meget fedt, at man kan se billedet bagved, synes jeg." (Bilag 11)

Hun gav udtryk for, at det var en god ting, at man stadig kunne se maleriet, selvom man havde taget iPad'en ned for at læse teksten, men dette kunne muligvis medføre, at hun ikke i lige så høj grad kiggede tilbage på selve maleriet. Det virkede som om Julie havde det komfortabelt med, at al information og visuelt indhold blev givet på iPad'en, og at denne og kunstværket, var to adskilte størrelser for hende (Bilag 11). Det samme gav hun udtryk for i den første test, hvor hun reagerede på, at hun var nødt til at flytte iPad'en for at se på maleriet:

"[...] den med forgrund og baggrund, der står; her kan I se at, baggrunden er lysere, så man får fokus på den og der var det ærgerligt at teksten dækkede. Fordi der ville jeg faktisk blive nødt til at gå ud og kigge, og ligesom se, hvad er det de skriver?" (Bilag 8).

Da vi dernæst spurgte til, hvorvidt det var et problem, at hun var nødt til at kigge på selve maleriet, for at forstå sammenhængen, gik det pludselig op for hende, at maleriet i virkeligheden var den primære måde at se de visuelle detaljer på og dermed hovedårsagen til overhovedet at tilgå prototypen. Det virkede derfor indlysende at kigge på selve maleriet, frem for at lede efter det visuelle i selve prototypen, dog mente Julie så at vi burde holde iPad'ens skærmbillede fri for visuelle elementer og udelukkende lade det indeholde tekst, da det ellers kunne virke forvirrende (Bilag 8).

Denne indsigt er vigtig, da vi i forbindelse med anden testrunde netop fik den modsatte indsigt, og så det som en styrke for designløsningen, at brugeren så mere på selve kunstværket. Men at der med den digitale version skabes en effekt af, at brugeren kigger mindre på selve kunstværket, må vi nødvendigvis have dette med i vores refleksion over prototypens formål, da den i sidste ende skal integreres på museet, som en digital applikation. Det kan være relevant, som Julie gav udtryk for, helt at overlade prototypens interface, når man læser om en detalje, til at være tekst og ikke visuelle elementer, så brugeren i højere grad bliver "tvunget" til at kigge på maleriet, når teksten er læst.



Indsigt 2: Der er forskellige oplevelser af iPad'ens tyngde og komfort i forhold til at holde den foran værket. Dette kunne afhjælpes ved både at tilbyde konceptet i en applikationsform til mobiltelefonen, samt til en iPad.

Som vi blev bekendt med i interviewene efter første og anden testrunde, så er der delte meninger omkring hvorvidt en applikation tager sig bedst ud i en iPad version eller i en smartphone version, i forhold til at skulle tilgås på et museum som SMK. Dette var stadig gældende i forbindelse med den tredje test. Vi observerede under testen, at Julie automatisk tog iPad'en ned foran sig, når hun læste om detaljen. Det samme gjorde museumsvagten og de to svenske piger (Bilag 11 & 13). Vi lagde mærke til dette, da Julie i forrige test havde givet udtryk for, at hun blev træt i armene af at holde iPad'en oppe foran detaljen, når hun læste. Da vi spurgte ind til dette udtalte Julie, at hun tænkte over det, men sagtens kunne forstå, at hun kunne tage den ned. Dette blev hun bl.a. klar over på grund af de knapper som skærmen viste, bl.a. tilbageknappen, som indikerede at hun aktivt skulle trykke, for at gå tilbage til søgeskærmen. Hun udtalte desuden, at der følger læring med, når man benytter et nyt interface, og at man derfor hurtigt finder ud af hvad man kan og ikke kan gøre, hun udtaler:

"Fordi, selvfølgelig oplevede jeg det, fordi jeg bare sådan tog den ned, men øhm, man kunne også på en eller anden måde se visuelt, at du skulle gøre noget aktivt for at komme tilbage til billedet. [...] men der er jo også noget læring i det og jeg vil sige, så snart man

finder ud af; der skete ikke noget, fint nok så ved jeg det for de næste ik." (Bilag 11).

Marie gav omvendt udtryk for, at hun fandt iPad'en uhåndterbar og en anelse tung: "[...] og så tænkte jeg måske også at den var en lille smule tung, hvis man både skal trykke og, sådan lidt uhandy på en eller anden måde." (Bilag 12). Det kunne derfor være en bedre mulighed for Marie, at benytte løsningen med et mindre device, som f.eks. en smartphone. Det tyske par, som vi testede prototypen med, omtalte desuden løsningen som en app. Det virkede derfor som om, at de på forhånd så det som værende en applikation, som de selv kunne downloade og benytte enten til en iPad eller en smartphone (Bilag 13). Det kan derfor være relevant, som tidligere nævnt, at tænke applikationen som værende tilgængelig både på iPad og smartphone, så brugerne selv kan vælge, hvad de foretrækker.

Indsigt 3: Der er generel begejstring omkring funktionen "Fandt du ikke det du søgte?", og denne funktion kunne derfor være nærliggende at videreudvikle på.

Denne funktion virker til, at overraske positivt og give god mening for testpersonerne (Bilag 11 & 12). Museumsvagten var desuden meget begejstret for funktionen, da den kunne integrere publikum på en anderledes måde og give dem mulighed for, selv at være med til at udvælge de detaljer, som de gerne vil have mere information omkring (Bilag 13). Han gav udtryk for, at publikum ofte stiller spørgsmål til ham, omkring specifikke værker, som han ofte ikke har mulighed for at svare på. Denne funktion ville

derfor kunne hjælpe både ham og publikum (Bilag 13). Julie udtalte endvidere, at funktionen netop kunne give hende mulighed for, at få stillet skarpt på hendes nysgerrighed, og at SMK også kunne vinde noget viden omkring sit publikum med denne form for funktion. Julie udtalte:

"Og jeg synes den her feature med at øhm, fandt du ikke det du søgte? [...] Men ja, det er skidegodt, netop fordi det der med; nu kiggede jeg hen på kraniet, fordi jeg tænkte er der et eller andet med det? [...] Og så kan Statens Museum for Kunst jo ligesom bare sige; okay alle trykker på det der skide kranie, det kan være at vi skal tilføje noget der. Og det synes jeg bare er mega smart, både fordi, det er jo både noget for deres skyld, men også for brugernes skyld." (Bilag 11).

Både Julie og Marie kunne godt lide tanken om, at man kan få svar på e-mail, når informationen omkring detaljen er afviklet, og Julie udtrykte dertil, at SMK ville vinde meget på at levere sådan en service for sit publikum. De udtaler følgende:

"Det synes jeg giver meget fin mening [at man får informationen på mail efterfølgende]. Især hvis man bare kan stille sådan nogle korte spørgsmål. Det var det vi snakkede om sidst også [i anden testrunde]; det kunne være fedt så at få et umiddelbart svar og det får man nok ikke, men hvis nu det var noget man interesserede sig for, og virkelig undrede sig over, så kunne det også være sjovt bare at få en sms senere." (Bilag 12).

"Nårh, det ville jeg også synes var en rigtig god service [at få en mail efterfølgende]. Og på en eller



anden måde forestiller jeg mig også at det giver noget mersalg, fordi på en eller anden måde er det jo noget reklame for udstillingen, men det er jo også en service for mig på en eller anden måde. Og jeg kan jo bare lade være med at trykke på den der knap, hvis jeg ikke er interesseret.” (Bilag 11).

I det aktuelle værk som vi testede prototype 2 og 3 på, valgte alle testpersoner at sende et billede og et spørgsmål til SMK, omkring et kranie som befandt sig i maleriet, hvilket kunne tyde på, at nogle elementer i et kunstværk kan tiltrække mere opmærksomhed end andre (Bilag 15c, 15d, 15e & 15f). Det tyske par gav udtryk for, at denne funktion muligvis henvendte sig mest til meget kunstinteresserede mennesker, som ønskede mere viden omkring et kunstværk. De kunne ikke i lige så høj grad som de andre, se sig selv benytte denne form for funktion (Bilag 13). Vi forestiller os ikke nødvendigvis, at man bør være specielt kunstinteresseret, for at tilkendegive en detalje til SMK, men det er klart, at nysgerrigheden omkring en detalje nødvendigvis må bygge på viden omkring kunstneren eller tidsperiodens kendetegn og symbolik. For en person som Pernille, som bygger meget af sit formidlingsindtag på et museum op omkring sin personlige interesse og sin nysgerrighed, forestiller vi os, at dette tiltag, vil give hende mulighed for, at få indfriet noget af hendes nysgerrighed og videbegær. Dog kan hun muligvis miste interessen for funktionen, da den ikke giver hende en forløsning via et svar, med det samme. Ifølge Falk (2009) har en Explorer, som Pernille, et stort behov for, at få sine spørgsmål besvaret og de er ofte tilbøjelige til at spørge en medarbej-

der, hvis de har konkrete spørgsmål til kunstværkerne. Desuden er de tilbøjelige til at købe bøger i museumsbutikken, som kan give dem svar på de spørgsmål de måtte have om en konkret kunstperiode eller kunstner og kan museumsbutikken ikke imødekomme deres behov står de skuffede tilbage (Falk, 2009).



5.6 OPSAMLING

For overskuelighedens skyld vil vi nu fremhæve de mest betydningsfulde indsigter fra de tre testrunder. Hovedsageligt vægter vi de værdier som "Find Detaljen" har for brugeren, frem for de funktionelle aspekter, som selvfølgelig også har udviklet sig fra prototype til prototype. Det er værdierne for brugeren, som er vigtige, da vi ønsker at imødekomme brugernes behov for, at engagere sig i "brugen" af kunsten på museet, samt at tilgå et design, som kan være med til at imødekomme deres nysgerrighed og interesse for kunstværkerne.

Det at brugerværdien har været så stort et fokus for denne designproces har også gjort, at samtlige prototyper i processen både kan klassificeres som Role, Look and Feel og Implementation, hvor vi netop ikke har fulgt disse guidelines slavisk men ladet dem inspirere os (Houde et al., 1997). I vores proces har vi forud for den digitale prototype hovedsageligt haft fokus på selve indholdet og altså de informationer, som brugerne fandt relevante og interessante for dem, dog har vi løbende noteret indsigter vedrørende specifikke funktionelle ændringer eller tiltag, så vi stod bedre rustet til udviklingen af den digitale prototype og dermed en designløsning så tæt på en fuldendt løsning som muligt. Derfor har størstedelen af vores prototyper enten været udformet i pap eller papir og ageret en blanding af Role og Look and Feel prototyper, og størstedelen af vores fokus har været omkring artefaktets rolle for brugerne i en museums kontekst. Den digitale version har

derfor mest båret præg af Implementation/Integration fasen, med fokus på tekniske og funktionelle aspekter af prototypen, såsom interface og prototypens tyngde og fysiske form.

En indsigte, som vi fik bekræftet både i første og anden testrunde bestod i, at mængden af information var passende for brugerne, hvilket gav anledning til at fortsætte med typen af indhold samt mængden af tekst. Denne indsigte er vigtig, da den imødekommer vores persona Pernilles behov vedrørende relevant, men ikke for tung, information så hun ikke mister interessen for kunstværket og går videre.

En yderst vigtig betragtning var, at prototypen i første og anden testrunde gav anledning til, at brugerne kiggede mere på selve kunstværket og så flere detaljer. Dog havde den digitale prototype den modsatte effekt, og vi fik eksplicit at vide fra testpersonen Marie, at hun kiggede mindre på selve kunstværket, men var mere optaget af iPad'en og hvad hun kunne med denne. Vi observerede desuden samme tendens med testpersonen Julie i samme testrunde. Denne indsigte er vigtig, da vores ønske med designløsningen er, at brugerne stadig skal opleve kunsten på SMK, som den vises på nuværende tidspunkt, men samtidig kunne benytte en formidlingsløsning, som kan give en ekstra oplevelse af kunstværket, uden at fjerne fokus fra den eksisterende kunstoplevelse. Indsigten giver os dog et indblik i, at testpersonerne besidder et ønske om, at betragte SMK's kunstværker, og ser det som værende ærgerligt, at deres opmærksomhed retter sig væk fra selve kunstværket.

I første og anden testrunde oplevede vi en begejstring for selv at skulle finde detaljerne i kunstværket. Denne indsigte er vigtig, da vi netop med afsøgningselementet har en forhåbning om, at kunne vække brugerens nysgerrighed, samt at lade brugeren tage aktivt del i at opnå en oplevelse og modtage information omkring kunstværket. At det vækkede en følelse af at gå på opdagelse i kunstværket og blev sammenlignet med et spil, giver os en formodning om, at brugeren er motiveret for at søge efter detaljer.

Den sidst tilkomne funktion "Fandt du ikke det du søgte?" blev godt modtaget og giver os et billede af, at brugeren finder det interessant, at tilkendegive sig selv og bidrage med udvælgelsen af detaljer i kunstværket, som kan være til glæde for museet og andre besøgende. Dette er en vigtig indsigte, da den giver os et billede af, at brugeren godt kan lide selv at deltage og bidrage med information til museet.

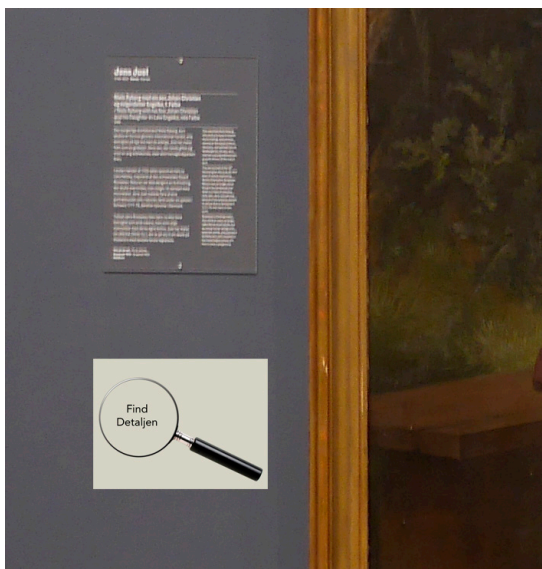


5.7 VIDERE FORSKNING AF DESIGNLØSNINGEN

Vores designproces slutter med den ovennævnte tredje prototype, dog har vi gjort os nogle tanker om hvordan "Find Detaljen" desuden kunne fungere og tjene brugeren.

På nuværende tidspunkt står det beskrevet i introduktionen til applikationen, at brugeren ikke må komme tættere på kunstværket end 30 centimeter. Der er dog en fare for, at dette kan ske alligevel, bliver brugeren revet med af sin jagt efter detaljer. For at skabe en øget sikkerhed kan en implementering af et advarselssignal eventuelt indføres. Dette advarselssignal forestiller vi os f.eks. kan være i form af en vibration eller en push-besked på skærmen.

Da vi har kaldt applikationen for "Find Detaljen" og har fokus på at skulle søge efter disse detaljer, som var iPad'en en lup, forestiller vi os at ikonet for selve applikationen er en lup. Dette



Ikon som indikerer at "Find Detaljen" kan benyttes på værket

lup-ikon forestiller vi os derfor også, er placeret ved de værker, som "Find Detaljen" kan blive aktiveret ved. På denne måde, er brugerne ikke i tvivl om, på hvilke værker de kan finde detaljer og det undgås derved, at de søger forgæves.

SMK's eget digitale indslag "Kunsthistorier" på hjemmesiden samt Applikationen "ArtLens" fra Cleveland Museum of Art, bærer på ideen om, at blive ledt videre fra værk til værk igennem naturlige relationer og links, værkerne imellem (SMK, u.å.e; The Cleveland Museum of Art, 2013). Denne idé er spændende og kunne være noget, som "Find Detaljen", havde der været mere tid til udforskning af prototypen, kunne relatere sig til og blive inspireret af. Som bruger er man ikke altid klar over hvad man leder efter, og hvor man kan finde den relevante information. En løsning hvor brugeren ledes videre til den næste detalje kan potentielt øge muligheden for, at brugeren vil få en god oplevelse og vil finde interessant information, hvor de ellers ikke havde ledt efter den. Detaljerne befinder sig allerede i kunstværkerne, men de kommer ikke frem af sig selv, og som vores testperson Julie gjorde os opmærksom på, i forhold til navnet "Fandt du ikke det du søgte?", så ved hun ikke nødvendigvis hvad hun leder efter i et kunstværk, hvorfor

en løsning, som giver hende nye veje igennem udstillingen kunne være gavnlig for hende (Bilag 11). Netop Julies kommentar vedrørende navnet "Fandt du ikke det du søgte?", giver desuden anledning til at omformulere dette. For som hun gav udtryk for, så kunne hun ikke sige, at hun ikke havde fundet noget, hvis hun ikke var klar over hvad hun søgte efter (Bilag 11). Det kan derfor være relevant at reflektere over et alternativt navn til denne funktion, som leder brugeren mere i retning af det intenderede, nemlig at tilkendegive detaljer i kunstværket, som ikke allerede er at finde i applikationen. Alternativt kunne funktionen være visualiseret med et ikon eller være forklaret indledningsvis, så brugerne ikke er i tvivl om, at de har mulighed for at tilkendegive en manglende detalje. Ydermere mangler der på nuværende tidspunkt et skærmbillede, hvor brugeren skal skrive sin e-mail. Det skal i denne forbindelse være tydeligt, at brugeren ikke samtidigt skriver sig op til et nyhedsbrev eller lignende, da dette ville virke som bondefangeri og skabe mistillid overfor brugeren. Testpersonen Astrid gjorde det klart, at hun ikke i samme forbindelse ville skrive sig op til andre ting, end muligheden for at modtage sin detalje på mail: "[...] men så synes jeg det fedeste fede ville være hvis det bare var det. Hvis der ikke var noget reklame, så man ikke følte at det var en måde at få kunder og sådan." (Bilag 10). Tænker man applikationen til en smartphone, kunne selve e-mail-tilkendegivelsen udelades til fordel for f.eks. en push-besked i selve app'en. Dette ville dog kræve, at brugeren beholder applikationen på sin telefon, hvis en besked vedrørende deres detalje, skal modtages nogle måneder senere.



Med hensyn til "Fandt du ikke det du søgte?", er vi desuden bevidste om, at SMK er nødt til at stille ressourcer til rådighed i forhold til at svare på disse detaljeforespørgsler; ressourcer som kan være dyre og tidskrævende. En alternativ måde, at imødekomme brugernes forespørgsler kunne være en højere grad af co-creation, hvor brugere og andre professionelle havde mulighed for at svare på spørgsmål vedrørende specifikke detaljer. Co-creation kunne ligeledes øge tilhørsforholdet mellem publikum og museet, hvis viden genereres mellem disse parter (Simon, 2010).



KAPITEL 6

Diskussion



KAPITEL 6 DISKUSSION

De foregående kapitler har beskrevet vores research proces og fremhæver, at vi igennem fire iterationer kom frem til en designløsning, som lader brugeren gå på opdagelse i enkelte kunstværker på museet, og som herved kan gå i dybden med helt specifikke detaljer i maleriet. Vi har haft fokus på hvorvidt en digital designløsning kan imødekomme en oplevelse af at "dykke" ned i kunstværkets detaljer og få disse formidlet på en lærerig og meningsfuld måde for brugeren. Den nysgerrige bruger, som vi betegner vores persona, har mulighed for igennem "Find Detaljen" at få stillet sin nysgerrighed ved aktivt at udforske kunstværket og desuden stille spørgsmål til museet med specifikke detaljer, som hun er nysgerrig på, men som museet ikke allerede har besvaret via applikationen.

Vi ønsker nu i diskussionsafsnittet at fremhæve den viden vi på baggrund af designprocessen har opnået. Vi træder derfor et skridt væk fra selve designløsningens funktioner og egenskaber og diskuterer vores metodetilgang, samt viden omkring det vi i vores forskningsspørgsmål stillede skarpt på, nemlig museologiens paradigmeskifte og et design, som kan imødekomme dette.

6.1 DISKUSSION AF MUSEMSGENSTANDENS VIGTIGHED

Det blev bekendt for os, at der indenfor museologien ses et paradigmeskifte, og at dette skifte retter fokus mod brugeren af museumsoplevelsen frem for selve kunstgenstanden. Begreber som identitet, personliggørelse og deltagelse blev benyttet i sammenhæng med museerne og deres fokus på brugere, og kunstgenstanden blev reduceret til brugerens personlige holdning til denne (Drotner et al., 2011; Fishwick, 2016; Skot-Hansen, 2008; Larsen et al., 2015; Falk, 2009; Simon, 2010). Vi har i forbindelse med denne designproces undersøgt feltet igennem udviklingen af en designløsning, og fået et indblik i brugernes interesseområder, i forbindelse med formidling af kunsten på SMK. Det er nu vores oplevelse, at brugere i høj grad er i besiddelse af en interesse for den kunst som de møder på museet. Det er vigtigt at pointere, at vi ikke mener, at et museum som SMK negligerer kunstgenstandens eksistens, vi har tværtimod en formodning om, at SMK har et stort ønske om at opretholde et højt niveau, når det kommer til deres kunstudstillinger og deres faglige ekspertise. Det førnævnte paradigmeskifte mener vi kan være med til at skabe et øget fokus på brugeroplevelsen og brugerens identitet og person, hvilket kan være godt at have for øje i en museumssammenhæng og et godt pejlemærke, når man ønsker at imødekomme sit publikum. Blot ønsker vi i denne diskussion at gøre opmærksom på, at museet stadig bør have fokus på kunstgenstanden som enkeltstående objekt, og som grundlag for museets eksistens. Retter museerne al sin fokus på brugere og spørger sig selv, hvordan de kan blive

mere brugerorienterede, kan identitet potentielt komme til at overskygge indhold, hvilket vi mener vil ændre hele museets eksistensgrundlag. Vi oplevede i forbindelse med vores designproces en stor grad af opmærksomhed på kunsten og dens indhold. Vi ved at vi skabte et design, som kunne øge denne grad af opmærksomhed, men det gav os ikke mindre grad af bevis for, at brugernes intentionalt rettede sig mod kunstgenstanden. Selve omdrejningspunktet for "Find Detaljen" blev kunstværket og dets indhold og vi oplevede en høj grad af lyst til at modtage den viden, som "Find Detaljen" kunne bidrage med, samtidigt med, at brugeren aktivt kunne engagere sig og bidrage med personlige interesser med "Fandt du ikke det du søgte?" funktionen. Igennem vores test-empiri oplevede vi en eksplicit markering af, at "Find Detaljen" gav anledning til, at betragte kunstværket mere og se flere detaljer. Dog blev vi opmærksomme på en forskel imellem virkningen af vores low fidelity prototype og vores digitale prototype. Som nævnt, blev vi både eksplicit og implicit gjort opmærksom på, at den digitale prototype lod brugere nedprioritere kunstværket til fordel for selve iPad'en. Der kunne altså være tale om, at den digitale løsning muligvis overskyggede selve formålet, nemlig at betragte kunstværket. Men det faktum at vi blev gjort opmærksomme på dette, vidner om en interesse for netop at betragte kunstværket, og ikke glemme dets eksistens. Dernæst kan indskydes, at vores empiri påviste, at brugere ikke altid er klar over hvad de ønsker at se på museet. De er ikke nødvendigvis bevidste om, at nogle værker indeholder detaljeret information, som kunne interessere dem. Og de ved



derfor heller ikke altid hvad de leder efter, når de går på jagt i kunsts kattene. Dette blev vi bekendt med i forbindelse med funktionen "Fandt du ikke det du søgte?", hvortil en testbruger kunne svare, at hun ikke vidste hvad hun ledte efter. Man kan spørge, hvordan kan museet vide hvad der er relevant indhold for brugeren, hvis hun ikke selv er klar over dette? Vi mener derfor, at det ikke nødvendigvis behøver at være brugeren, som kommer forud for kunstgenstanden eller formidlingsformen, men lige såvel kan være museet selv, som lader brugeren dykke ned i de muligheder for kunstoplevelse, som der nu engang er på museet, eventuelt igennem en designløsning.

Vi er bevidste om, at en digital designløsning kan være med til at skabe en anderledes museumsoplevelse, men når det så er sagt, så bør den ikke overskygge selve museumsgenstanden, som vi da også var bevidste om hele projektet igennem. Vores pointe bekræfter ikke brugerorienteringen i forbindelse med designløsninger på museet. Blot mener vi, at selve designet og teknologien med fokus på brugeren, bør have en grad af "usynlighed" for brugeren, så fokus stadig retter sig mod kunsten og designet derfor kommer til at agere kanal eller medie for, at brugeren kan få en interessant kunstoplevelse. Vi afskrev derfor ikke paradigmeskiftets betydning og relevans i forbindelse med designprocessen, og lod den da også skinne igennem i forbindelse med "Find Detaljens" mulighed for, på egen hånd, at udvælge de detaljer, som brugeren fandt interessante og relevante, samt funktionen "Fandt du ikke det du søgte?", da denne gav brugeren mulighed for at tilkendegive

sig selv overfor museet. Men nu står vi samtidig overfor et indblik i vigtigheden i, stadig at fastholde et fokus på selve museumsgenstanden. Vores pointe bliver derfor, at benytte forskningen og dens brugerorienterede fokus i sammenhæng med museernes andet vigtige fokus, nemlig kunstgenstanden og hele museets eksistensgrundlag. Kunstgenstanden og brugeren er to afhængige størrelser og det ene udelukker ikke det andet. Det kan være relevant at betragte de motivationsbehov, som en museumsbruger har (Falk, 2009), for at kortlægge nogle aspekter af en brugers interesseområde, men man må gå ud fra, at der for enhver bruger foreligger en interesse for den kunst, som museet udstiller, hvorfor da ellers besøge museerne.

6.2 DISKUSSION AF METODE

Udover paradigmeskiftet vil vi også diskutere de metodiske valg vi har foretaget i vores designproces, og hvilke konsekvenser disse valg har haft for processen. Vi udpeger to konkrete nedslag i vores metode i de to afsnit herunder, som vi mener har påvirket vores designproces i en uventet retning, og kan bidrage som læring til fremtidige designprocesser.

6.2.1 REKRUTTERING AF TESTPERSONER

De testpersoner, vi har gjort brug af under vores testrunder er hovedsageligt personlige relationer. Grunden til, at valget faldt på disse personer var blandt andet, at det var vanskeligt at skaffe testpersoner, som ikke var personlige relationer grundet tidspres.

Dette kan være problematisk, da disse relationer for det første er forudindtagede i den forstand, at de har en positiv relation til os og kan potentielt også have en overvejende positiv opfattelse af de koncepter, vi præsenterer for dem på baggrund af deres personlige relation til os. For det andet er disse mennesker en del af vores aldersgruppe, sociale lag og nationalitet. Disse mennesker finder det naturligt at bruge en iPad og ser ikke ny teknologi som en udfordring eller som noget, de skal bruge tid på at sætte sig ind i. Det har været nemmere for os at designe til dette segment, da vi selv er en del af det, og vi ikke har skulle tage højde for, at vores brugersegment skulle lære hvordan man bruger den teknologi vi lader os benytte af. Der kan argumenteres for, at dette faktum giver os friere tøjler, idet vi frit kan implementere funktioner som ikke normalvis ses i en museumssammenhæng - specifikt funktionen "Fandt du ikke det du søgte?", da brugerne er vant til at lære ny teknologi at kende i mange forskellige sammenhænge. I denne designproces kan vi altså konkludere, at vi som designere muligvis kan drage fordel af at se ud over vores egen sfære, og vi med den etnografiske tilgang bør forsøge at forstå og undersøge andre verdener. Vi er selv en del af den verden, vi har foretaget vores etnografiske undersøgelser i, hvilket kan gøre det vanskeligere for os at betragte den objektivt, da vi allerede har en forudindtaget forståelse af den.



6.2.2 DEN DIGITALE PROTOTYPE

Vi har i denne proces valgt at udforme en digital prototype. Denne digitale prototype har som nævnt befundet sig imellem en *Implementation* og en *Integration* prototype, hvor formålet med disse, og i særdeleshed *Integration*, er at teste den reelle brugssituation og komme så tæt på det endelige produkt som overhovedet muligt (Houde & Hill, 1997). Grunden til, at vi valgte at udforme den sidste prototype digitalt, var baseret på at vi som nævnt ønskede at teste prototypens digitale aspekt. Det kan dog argumenteres, at det digitale aspekt ikke kan testes i dets fulde udstrækning, da vi som nævnt ikke har valgt at udvikle den algoritme, som ville få "Find Detaljen" til at lyse op når brugeren bevæger iPad'en hen over et værk og finder en detalje. Det afsøgningsaspekt som vi har skabt med konceptet, er altså ikke muligt at teste med den digitale version, da vi blot simulerede hvordan dette ville se ud visuelt. Vi implementerede en statisk, digital fremstilling af, hvordan det ville se ud rent visuelt, hvis en bruger opdagede en detalje, men selve funktionaliteten i afsøgningsfunktionen blev i virkeligheden grundigere testet i low fidelity pap prototyperne, da brugeren her selv skulle finde detaljerne, hvor vi derefter gjorde brugeren opmærksom på, at hun havde fundet detaljen. De indsigter vi trak ud af testrunderne vedrørende, at brugerne fandt værdi i at afsøge værket, kom primært fra tests med pap prototyperne (Bilag 7, 8, 9 & 10), og derfor kan man ud fra denne designproces konkludere, at *Role og Look and Feel* (Houde & Hill, 1997) prototyperne i et low fidelity materiale kan være mere,

eller i lige så høj grad gavnlige, hvis man udelukkende har til formål at teste selve grundfunktionen og definere brugeroplevelsen. Det blev klart for os, at udviklingen af den digitale prototype ikke er gavnlig, hvis vi ikke kan udvikle de funktionaliteter og krav som vi forinden har fastlagt i de forrige testrunder.





KAPITEL 7

Konklusion

KAPITEL 7 KONKLUSION

Vores designproces tog udgangspunkt i følgende forskningsspørgsmål:

Hvordan kan vi designe en formidlingsløsning til museerne, der imødekommer museologiens paradigmeskifte som betegner et fokusskifte fra selve kunstgenstanden på museet, til brugernes behov i forbindelse med en museumsoplevelse?

Vi har igennem vores design research skabt en interaktiv designløsning til Statens Museum for Kunst kaldet "Find Detaljen". Vi blev i vores undersøgelse af designløsningen opmærksomme på en interesse fra vores testpersoner, omkring at skulle finde frem til detaljer i kunstværket, samt selv at kunne tilkendegive et spørgsmål vedrørende detaljer, som ikke var at finde i applikationen. Vi kunne derfor konkludere, at vores test-brugere af "Find Detaljen" fandt det interessant med en alternativ formidlingsløsning med fokus på "skjulte detaljer" i kunstværket. Gennem vores designproces har vi som udgangspunkt forsøgt at imødekomme det paradigmeskifte, som museologien foreskriver, nemlig et museum som er brugerorienteret og dermed retter fokus på museumsgæsten frem for selve museumsgenstanden. Vi stiller os dog kritiske overfor et hovedfokus på brugeren

af kunsten, frem for et fokus på kunstgenstanden, da disse er to afhængige størrelser, ifølge vores undersøgelse. Vores undersøgelse viste en høj interesse fra brugerne overfor kunsten på museet igennem vores designløsning, og vi vil derfor konkludere, at museet som institution må bibeholde et fokus på den kunst som de formidler til brugerne. Vi ved at vores designløsning var med til at skabe denne opmærksomhed fra brugerne på selve kunstgenstanden, hvorfor vi da heller ikke foreslår en total fraskrivelse af paradigmeskiftets fokus på brugeren, men blot ønsker at fremhæve, at selve designløsningen ikke bør være fokus for brugeren, men at denne bør være kanal for, at brugeren kan rette sin intentionalitet mod kunstgenstanden.

Igennem vores metodiske proces har vi som designere gjort os en række erfaringer, og kan på et metaniveau konkludere, at vores design potentielt kan være farvet af den målgruppe, som vi har benyttet i forbindelse med vores tests. Vores rekrutterede testpersoner bestod af personlige relationer, hvilket kan have skabt en forudindtaget positivitet overfor os som designere og de forslag, vi præsenterede dem for. Ydermere kan vi konkludere, at en low-fidelity prototype kan være tilstrækkelig, i forhold til at afklare en prototypes rolle og værdi for brugeren, hvilket var vores primære fokus. At vi udviklede en digital prototype bekræftede hovedsageligt de iagttagelser, vi havde gjort os i forbindelse med vores low-fidelity prototype, hvorfor den kom til at fremstå en anelse overflødig i forbindelse med denne undersøgelse.



LITTERATURLISTE

Arnheim, R. (1956). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.

Blomberg, J., & Burrell, M. (2009). *An ethnographic approach to design. Human-computer interaction: Development process*. Development process.

Burnham, R., & Kai-Kee, E. (2005). *The Art of Teaching in the Museum*. The Journal of Aesthetic Education 39(1), 65–76.

Design Council (2007). *A study of the design process, Eleven lessons: managing design in eleven global brands*. London: Design Council.

Drotner, K., Gade, C., Larsen, B. A. & Løssing, A. S. W. (2011). *Det Interaktive museum*. København: Samfundslitteratur.

Fagerjord, A. (2015). *Humanist evaluation methods in locative media design*. Journal of Media Innovation 2(1), 107-122

Falk, J. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. California: Left Coast Press.

Fishwick, P. (2016). *Deep Personalization: A Case Study of Systems Thinking within an Art Museum*. Los Angeles: Museums and the Web, 1-21.

Greenberg, S., Carpendale, S. Marquardt, N. & Buxton, B. (2012). *Sketching User Experiences: The Workbook*. Morgan Kaufmann Publications.

Hammershøy S. A. (2012). *Detaljer og detaillister - om detaljestudiers videnskabelige og private potentialer*. I *Detaljer*. Den Kongelige Kobberstiksamling, Statens Museum for Kunst.

Houde, S. & Hill, C (1997). *What do Prototypes Prototype?* I M. Helander, T. Landaeur & P. Prabhu (eds.) *Handbook of Human-Computer Interaction* (2nd ed) Elsevier Science, Amsterdam.

IT Universitetet (u.å.). *GIFT*. Lokaliseret d. 5. maj 2017 på: <https://blogit.itu.dk/gift/>

Kjærboe, R. (2012). *Detaljer*. SMK, nr. 5, 12–17.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Interview: Introduktion til et håndværk* (2. udg.). København: Hans Reitzels Forlag.

Larsen, A. H., Gade R. & Hansen, A. W. (2015). *Cybermuseumologi: Kunst, museer og formidling i et digitalt perspektiv*. Aarhus Universitetsforlag A/S.

Løssing, A. S. W. (2015). *Når publikum bliver en vigtig medspiller*. I *Cybermuseumologi - kunst, museer og formidling i et digitalt perspektiv*. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.

Löwgren, J. & Stolterman, E. (2004). *Thoughtful Interaction Design: A Design Perspective on Information Technology*. The MIT Press.

Museums and the Web (2014). *Best of the Web Winners*. USA. Lokaliseret d. 1. maj 2017 på: <http://mw2014.museumsandtheweb.com/best-of-the-web-winners/>

Nielsen, L. (2014). *Personas*. I *Encyclopedia of Human-Computer Interaction*. Publication: Research - peer-review, Journal article.

Pitman, B. & Hirzy, E. (2010). *Ignite the power of art: Advancing visitor engagement in museums*. Dallas Museum of Art.

Ragn Jensen, H. & Winther-Jensen, T. (1986). *Teoretisk kunstpædagogik*, Argos(4).

Rogers, Y., Sharp, H. & Preece, J. (2011). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. 3rd Edition.

Rosenvold Hvidt, A., & Sanderhoff, M. (2009). *Digitale kunsthistorier*. I *Digital museumsformidling - i brugerperspektiv*. København: Kulturarvstyrelsen.

Shumaker R. & Lackey, S. (2014). *Virtual, Augmented and Mixed Reality - Applications of Virtual and Augmented Reality*. HCI International.

Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. California: MUSEUM.

Skot-Hansen, D. (2008). *Museerne i den danske oplevelsesøkonomi - når oplysning bliver til en oplevelse*. København: Samfundslitteratur.

Statens Museum for Kunst (SMK) (u.å.a). *Dansk og Nordisk Kunst 1750 - 1900*. Lokaliseret d. 29. april 2017 på: <http://www.smk.dk/besoeg-museet/udstillinger/dansk-og-nordisk-kunst-1750-1900/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (u.å.b). *Europæisk Kunst 1300 - 1800*. Lokaliseret d. 29. april 2017 på: <http://www.smk.dk/besoeg-museet/udstillinger/europaisk-kunst-1300-1800/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (u.å.c). *Highlights*. Lokaliseret d. 3. maj 2017 på: <http://www.smk.dk/udforsk-kunsten/highlights/wilhelm-bendz-en-ung-kunstner-ditlev-blunck-betragter-en-skitse/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (u.å.d). *Hvem er vi?* Lokaliseret d. 9. maj 2017 på: <http://www.smk.dk/om-museet/hvem-er-vi/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (2017a). *Japanomania*. Lokaliseret d. 29. april 2017 på: <http://www.smk.dk/japanomania/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (u.å.e). *Kunsthistorier*. Lokaliseret d. 31. marts 2017 på: <http://www.smk.dk/udforsk-kunsten/kunsthistorier/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (2017b). *Nordic Highlights - Spot på Dansk og Nordisk Kunst 1750-1900*. Lokaliseret d. 11. maj 2017 på: <http://www.smk.dk/index.php?id=4325/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (u.å.f). *SMK's historie*. Lokaliseret d. 9. maj 2017 på: <http://www.smk.dk/om-museet/hvem-er-vi/smks-historie/>

Statens Museum for Kunst (SMK) (2010). *Strategi - Digital formidling på Statens Museum for Kunst*. Copenhagen: Statens Museum for Kunst.

Statens Museum for Kunst (SMK) (2013). *Tidligere udstillinger*. Lokaliseret d. 17. april 2017 på: <http://www.smk.dk/besoeg-museet/udstillinger/tidligere-udstillinger/2013/detaljer/>

The Cleveland Museum of Art (2013). *ArtLens*. Cleveland, Ohio. Lokaliseret d. 1. maj 2017 på: <http://mw2014.museumsandtheweb.com/bow/artlens/>

Trapholt (2014). *DIN udstilling, Trapholt*. Kolding. Lokaliseret d. 29. april 2017 på: <http://www.dinudstilling.trapholt.dk/>

Zimmerman, J., Forlizzi, J. & Evenson, S. (1. januar 2007). *Research Through Design as a Method for Interaction Design Research in HCI*. Human-Computer Interaction Institute. Lokaliseret d. 10. maj 2017 på: <http://repository.cmu.edu/hcii/41/>