Brugeradfærd – delopgave 3

Ved efterårskurset 2010 i 'Brugeradfærd og Interaktive Informationsrum' på 5. semester ved Det Informationsvidenskabelige Akademi, København.

Af Søren Gyring-Nielsen, Hold 2 årgang 2008, cpr. xxxxxxxxxx

Opgaven:
Afgrænset analyse af brugeradfærd i et fysisk informationsrum.

Ordoptælling:
I alt 3147 ord excl. litteraturliste

DET INFORMATIONSVIDENSKABELIGE AKADEMI
BIRKETINGET 6
2300 KØBENHAVN S

IVA

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse *2*
Emneområde *3*
Indledning *3*
Problemstilling *3*
Metodevalg *3*
Empiri *4*
Arkens brug af podcasts *5*
Audioguidernes indhold *7*
Arkens podcasting strategi *8*
Brugeradfærd i det fysiske og digitale univers *9*
Teori *10*
B.J. Fogg's persuasive teknikker - Captology *10*
Analyse *12*
Opsamling konklusion *13*
Litteraturliste for denne delopgave *13*
Litteraturliste for alle tre delopgaver *14*
Litteraturliste for delopgave 1 ..... *14*
Litteraturliste for delopgave 2 ..... *15*

Emneområde
Podcasting som kulturformidlingsinstrument i en moderne dansk kulturinstitution.

Indledning
Kulturinstitutionerne er i konkurrence med talrige andre oplevelsesinstitutioner og fritidstilbud som vi konstant bombarderes med her i senmoderniteten. Der opstår derfor et helt naturlig behov for at differentierer sig for at trænge igennem de mange kultur- og fritidstilbud der kæmper om det moderne menneskes opmærksomhed.

Samtidig er den digitale tidsalder for alvor ved at tage form og vi bliver gradvist bedre til at integrerer elektroniske tjenester i vores hverdag. Det er derfor en helt naturlig udvikling at moderne kulturinstitutioner anvender digitale tjenester i deres kulturformidling og med baggrund i dette har jeg valgt at belyse hvordan kunstmuseet Arken anvender podcasting som en del af deres kulturformidling.

Problemstilling
Med udgangspunkt i Kunstmuseet Arkens brug af digital kulturformidling i det fysiske rum, undersøges hvordan podcasting anvendes som instrument i kulturformidlingen, herunder hvordan brugerne modtager, anvender og reagerer på den nye teknologi. Desuden belyses Arkens podcastingstrategi, og hvordan Arken anvender podcasting som kulturformidlingsinstrument relateret til brugernes reaktioner.

Metodevalg
Jeg har med udgangspunkt i kunstmuseet Arken i denne undersøgelse valgt at beskæftige mig med podcasting, herunder hvordan brugerne opfatter og anvender podcasting som en del af kunstoplevelsen samt hvordan museet anvender den digitale teknologi relateret til deres kulturformidling. På baggrund af min undersøgelse vil jeg forsøge at afdække om de besøgende anvender Arkens podcasting, belyse brugernes reaktioner og sætte fokus på hvilken effekt og betydning podcasting har for museets brugere.

Desuden vil jeg undersøge om der er en diskrepans mellem kunstmuseets idéer og hensigter med podcasting som kulturformidlingsinstrument relateret til brugernes anvendelse af den nye digitale teknologi i det fysiske rum.

Undersøgelsen er initieret med baggrund i nærværende opgave i brugeradfærd. Undersøgelsens perspektiv og formål er drøftet med vejleder Lennart Björneborn, som har godkendt det valgte undersøgelsesperspektiv. Arkens museumsdirektør adj. professor, mag.art. & cand.mag. Christian Gether er skrifteligt forelagt undersøgelsens formål, planlægning og forventerninger for derigennem at anmode om tilladelse til gennemførsel af brugerundersøgelsen. Desuden har jeg haft både skriftlig og telefonisk kontakt til leder af Arken Undervisning Christina Papsø

Weber, for en drøftelse omkring Arkens strategi og fremtidige podcasting ønsker samt for at generel snak omkring gennemførsel af brugerundersøgelsen.

Undersøgelsen gennemføres ved observation af en række specifikke museeumsbrugere samt efterfølgende interview. For at få indsigt i Arkens podcasting strategi gennemføres desuden interview med leder af Arken Undervisning Christina Papsø Weber.

Jeg vil desuden i denne opgave perspektivere brugeradfærd og kulturformidling i det fysiske univers i relation til hovedtemaet for delopgave 2, der som udgangspunkt beskæftiger sig med brugeradfærd i det digitale rum.

I denne perspektivering vil jeg forsøge at fremhæve væsentlige egenskaber og brugspotentialer i de to forskellige informationsrum som opgaverne sætter fokus på, herunder muligheden for krydsrelateret anvendelse af egenskaber og potentialer i de modsatte rum, samt vurdering af disse.

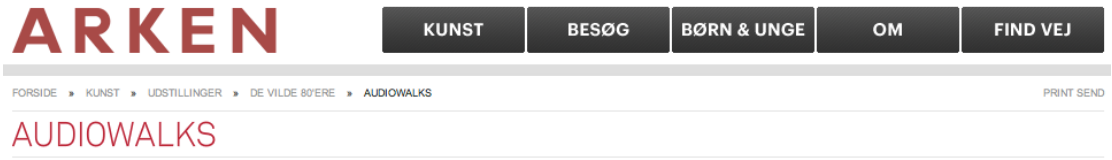
Resultatet af min undersøgelse vil jeg relaterer til PhD. B.J.Fogg's persuasive teorier samt forsøge at foretage en kobling mellem persuasivitet og seperendipitet i det fysiske rum, med baggrund i B.J.Fogg sammenholdt med Lennart Björneborns eksplorative kortlægning af serendipitet på bibliotekerne i København og Vanløse.

Empiri
Min empiri er udelukkende baseret på observationer og del-interviews med fem besøgende, der har anvendt podcasting under besøg på Arken i perioden mellem 26.-29. december 2010. Desuden er der for at kunne belyse kulturinstitutionens podcasting strategi foretaget telefoninterview med leder af Arken Undervisning den 3. Januar 2011.

For at gøre undersøgelsen mere repræsentativ kunne jeg have valgt at foretage mine brugerobservationer over en længere periode, samt foretage en opfølgende spørgeskema undersøgelse hos de brugere jeg observerede og interviewede. Dette har jeg fravalgt for at afgrænse undersøgelsen og undersøgelsesperioden.

Desuden kunne jeg have valgt at observerer og interviewe museumsbesøgende, der ikke anvender Arkens podcasts ved museumsbesøg for at undersøge årsager til hvilke overvejelser de har foretaget ved ikke at anvende den nye teknologi samt om der er specifikke implikationer for deres valg. Dette har jeg ligeledes fravalgt for at afgrænse brugerundersøgelsen.

Det ville naturligvis have givet et mere nuanceret billede af podcastanvendelsen ved at undersøge hvilke bevæggrunde ikke-podcastbrugere har foretaget samt gøre brugerundersøgelsen mere repræsentativ ved at anvende flere observationer. Men det har været nødvendig at afgrænse empirien og dermed brugerundersøgelsens omfang



Leder af Arkens uddannelsesafdeling Christina Papsø Weber havde ved min første samtale med hende opfordret mig til at medbringe en række testpersoner, idet det var hendes oplevelse at Arkens audioguides dette semester ikke blev anvendt så hyppigt.

Ved mit første besøg foretog jeg en hurtig rundering i museet for at undersøge om der var besøgende der anvendte Arkens audioguides, men fandt umiddelbart ikke nogen undersøgelsesobjekter.

Ved mit andet besøg havde jeg selv medbragt en testbruger[1] for at undersøge hvordan denne brugte og oplevede Arkens audiogudes og for at sikre mig et grundlag for min brugerundersøgelse. Ved det tredje og sidste besøg havde jeg selv medbragt to testpersoner[2] og under besøget fandt jeg yderligere to unge studerende der anvendte Arkens audioguides i udstillingen. De tre medbragte testpersoner var inden besøget instrueret i formålet med ders medvirken, men iøvrigt ikke introduceret til Arkens audioguides.

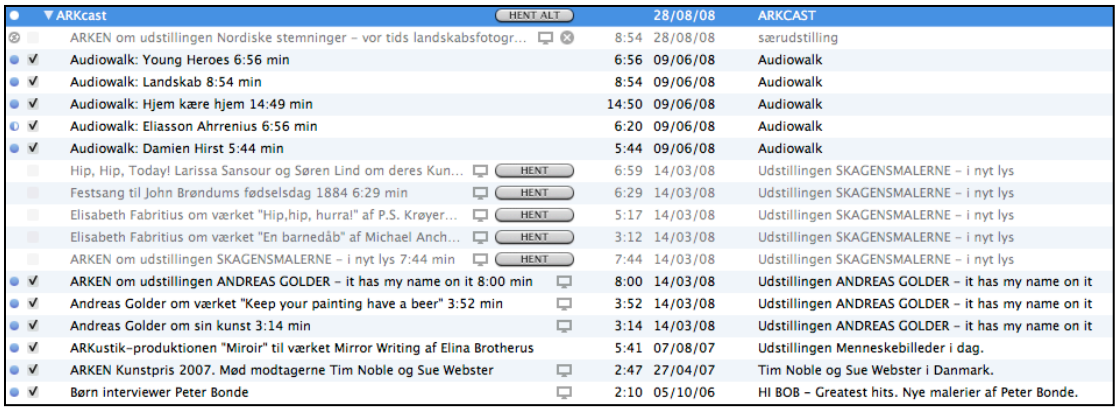
Arkens brug af podcasts
Arken anvender podcasting som en del af deres kulturformidling, og tilbyder gennem anvendelse af denne teknologi de besøgende mulighed for en række spændende audioguides. På undersøgelsestidspunktet er der to distributionsmønstre for Arkens audioguides for museets besøgende. Det er muligt enten at abonnerer på de enkelte audioguides som podcasts til egen MP3 afspiller som medbringes til Arken eller de besøgende kan låne en MP3 afspiller som udlånes mod depositum.

På undersøgelsestidspunktet tilbyder Arken via deres website seks forskellige podcast der relaterer sig til udstillingen 'De vilde 80'ere'. Udstillingen sætter fokus på 1980'ernes mange facetterede, punk-inspirerede anti-autoritære trash-art og sammensatte malerkunst forankret om 'Værkstedet Værst' med bla. kunstnerne Peter Bonde, Lars Nørgård og Claus Carstensen.

---

[1] Jurist Nicolai Holm Larsen, Mjøsensgade 9, st. th, 2300 København S, tlf. 22452173, nicolailarsen@hotmail.com,

[2] IT Selvstændig Henrik Hinding, Nebsmøllevej 4, 4100 Ringsted, tlf. 2242 4869, henrik@penogpixel.dk, Konsulent Shiraj Nielsen, Solvænget 7, 4682 Tureby, tlf. 2578 3144, shiraj@tureby.dk



Figur 1 - Arkens podcasts vist i iTunes

Arken kalder deres Audioguides for Audiowalks, hvilket sender et signal til brugerne om at de bliver ført igennem en perlerække af udstillingens væsentligste malerier der perspektiverer udstillingens facetter. Imidlertid virker de to første audioguides som en billedeskattejagt, hvor der hersker stor forvirring om hvor de kommenterede billeder befinder sig i udstillingen.

To af testpersonerne har ikke kendskab til hvordan man anvender museets MP3 afspillere, hvilket viser sig som en næste uoverstigelig teknisk barrierer for brugerne. Alle testpersoner oplever problemer med manglende instruktion i hvordan man anvender museets audioguides og kun ved et enkelt besøg tilbyder Arkens personale hjælp til ibrugtagning af MP3 afspillerne, hvilket testpersonerne i første omgang ikke lægger mærke til.

Generelt efterlyser testpersonerne bedre instruktion til ibrugtagning af museets audioguides. Dette problem ville kunne løses ved enten at opstille en skærm i udleveringsområdet, der viser hvordan man bruger MP3 afspilleren eller ved personalet starter en kort instruktionsvideo på afspilleren, der indfører brugeren i anvendelsen af MP3 afspilleren.

Alle testpersonerne oplever desuden meget stor forvirring relateret til integration af audioguiderne i det fysiske rum. Testpersonerne havde alle en meget tydelig forventning om audioguiderne ville fungerer som virtuelle stier igennem udstillingen, der som audiovirtuelle pile ville føre de besøgende igennem en perlerække af de væsentligste udstillingsobjekter, der kunne repræsenterer den specifikke udstilling eller tidsperiode.

Der er ikke nogen entydig opdeling af audiowalks på MP3 afspilleren. Testpersonerne oplevede derfor alle stor usikkerhed og forvirring om hvilken audiowalk de skulle begynde at lytte til samt var meget i tvivl om deres fysiske placering var rigtig i forbindelse med anvendelsen af audioguiderne.

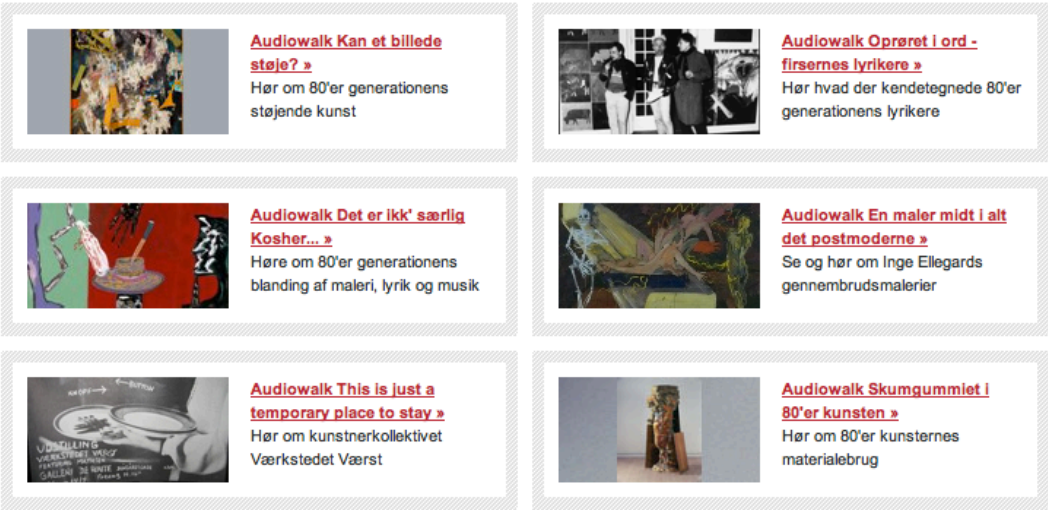
Audioguidernes indhold

To af de fire audioguides fungerer som lyriske stemningsbilleder, der bringer de besøgende tilbage til 80'erne og de ting der rørte sig i 80'er kunstnergenerationen. I 'Oprøret i ord - 80'ernes lyrikere' fortælle de mest markante lyrikere om hvad der rørte sig i 80'er kunstnergenerationen. I 'Det er ikk' særlig kosher at være ambitiøs' føre kunstnerne Peter Bonde og Per Thurno brugerne tilbage til firsernes eksperimenterende musikscene, der fungerer som et musikalsk baggrundstæppe for 80'er kunstnerne i et syret musikalsk farverigt punk-rock orgie.

Audioguiden 'this is just a temporary place to stay' skaber en metamoforisk stemning og føre brugerne tilbage til 'Værkstedet Værst', der fungerer som 80'ernes væsentligste eksperimenterende kunstscene. I denne audioguide kommenterer kunstnerne Lars Nørgaard og Dorthe Dahlin hver ét af deres kunstværker fra udstillingen.

I audioguiden 'en maler midt i alt det postmoderne' kommenterer to kunsteksperter et par af udstillingens malerier og vi får mulighed for at høre en af de mest fremtrædende danske kunstnere på den danske kunstscene i 80'erne, Inge Ellegaard, kommenterer et par af hendes malerier, der har stor betydning for 80'ernes danske kunstscene.

I alt kommenteres fem malerier i de to audiowalks der har en længe på mellem 5-7 minutter pr. walk.



Figur 2 – Fra Arkens website[3]

Der en diskrepans mellem museets audioguides der downloades som podcasts via

[3] http://arken.dk/content/dk/kunst/udstillinger/de_vilde_80ere/audiowalks

Arkens RSS-feed[4], mellem de audioguides der er tilgængelige på websitet og dem der er indlagt på de udlånte MP3 afspillere.

De aktuelle audiowalks om 80'er udstillingen findes slet ikke via Arkens podcast, ArkCast og på museets udlånte MP3 afspillere mangler 'Audiowalk Kan et billede støje?' samt 'Audiowalk Skumgummiet i 80'er kunsten', som kan høres via websitet (Figur 2). Dette er med til at sende et signal om en manglende stringens i integrationen af kunstmuseets audioguides i udstillingen.

Arkens podcasting strategi

Arken tilbyder siden 2006 deres besøgende Audiowalks, som eksisterer i flere forskellige udgaver. De første udgaver af Arkens podcasts blev udgivet på traditionelle Apple MP3 afspillere, iPod Classic. For kort tid siden skiftede de hardware til den tangible iPod Touch med en langt større skærm og mulighed for skærmbetjening.

I denne konverteringsproces reducerede de indholdet på deres audioguides svarende til de udstillede værker i den eksisterende udstilling.

Arkens audiowalks produceres bla. af masterstuderende på Københavns Universitet under institut for Kunst og Kulturvidenskab og laves i to forskellige udgaver, hhv. forår og efterår.

Forårsudgaven laves som traditionelle audioguides, der fungerer som en audiovirtuel rundføring igennem udstillingen med fokus på en række udvalgte malerier fra den pågældende udstilling. Efterårsudgaven er i modsætning til forårsudgaven meget mere eksperimenterende og åbne overfor nye kunstneriske formidlingsmetoder og betragtes ifølge Christina Weber som en mulighed for en formidlingsmæssig grundforskning.

De forskellige masterstuderende har frihed under ansvar til selv at bestemme indholdet i de enkelte audiowalks, som kunstmuseets kommunikationsafdeling implementere efter produktionen.

Arken producerer også mere traditionelle kunstnerportrætter inhouse, og bidrager derigennem også til udvikling og eksperimentere med alternativ kulturformidling.

Arken gør opmærksom på deres audioguides via dedikerede kulturformidlingskanaler og prøver at nå et smalt segment med høj kulturforståelse, der samtidig er åbne over for nye formidlingsveje og tiltag. Arkens reklamerer fx i kulturguiden[5], Klub Arken bladet, Bladet Humanist[6] fra humanistisk fakultet på KU

[4] Really Simple Syndication, Web-feed med indhold og metadata, her: http://www.arken.dk/podcast/arkcast.xml
[5] http://www.kulturguiden.net

og supplerer den dedikerede markedsføring med reklamer, bannere, klistermærker og opfordringer på store TV skærme på selve museumsområdet.

For øjeblikket arbejder Arken med en ny kommunikationsstrategi, hvor en del af ændringen blandt andet bliver formidling af web-tv via et nyt website.

Brugeradfærd i det fysiske og digitale univers

I delopgave to er der primært fokus på brugeradfærd i det digitale univers. Jeg valgte at sætte fokus på reciprokale fatorer som af de væsentlige egenskaber for den sociale interaktion og brugspotentiale i det digitale univers. Fordi der implicit i det digitale univers kan forekomme adskillelse af faktorerne tid og rum, er de reciprokale faktorer væsentlige for brugerinvolvering og de forventninger brugerne har i det digitale landskab.

Samtidig er brugerne i det digitale univers begrænset i deres udtryksform, da en meget væsentlig del af den non-verbale og ekstra-verbale kommunikation ikke automatisk flyttes med over i det digitale rum.

I det fysiske rum er der mange flere faktorer at tage hensyn til, idet også non-verbal og ekstra-verbal kommunikation har indvirkning på vores sociale adfærd og perception. Disse psykologiske mekanismer spiller derfor en afgørende rolle ift. den måde vi kommunikere og opfatter kommunikation på i det fysiske rum.

Som på mange andre grænseområder kan det være en rigtig god idé at anvende nogle af de bedste egenskaber fra de to forskellige universer idet tværfaglighed kan bidrage til nye perspektiver.

I det fysiske rum kan opprioritering af de reciprokale faktorer medvirker til en større socialinteraktion og medvirke til at åbne for større publikum interagering, det man i webterminologien kunne kalde for en publikum 2.0 integration.

I det digitale univers kan man med fordel udnytte det fysiske rums basale behov for fysisk velvære og sikkerhed, det der svarer til de to nederste trin på Maslows behovspyramide. Ved brug af persuasive teknikker kan man opnå øget behovstilfredsstillelse og imødekomme de mest basale usikkerheder i det digitale rum. Ved at anvende persuasiv dynamik i det digitale univers transformeres brugerusikkerhed til brugersikkerhed og kan fx transformere teknologiangst til teknologisikkerhed.

[6] http://humanist.hum.ku.dk & http://www.e-pages.dk/ku/402

Teori
B. J. Fogg er en af de førende forskere, der især beskæftiger sig med spændingsfeltet mellem human-computer, ved brug af persuasivt design. Persuasiv teknologi kan anvendes som et redskab til at forfører brugerne og teknikken hviler på old-græske retoriske fundamenter, hvor en del af overbevisningskunsten baseres på ethos, logos og patos. Disse teknikker er grundlæggende for enhver retorisk forførelse, og kan naturligvis også anvendes i relation til nutidens teknologier.

B.J. Fogg's persuasive teknikker - Captology
B.J. Fogg arbejder med sit forskningsfelt ved at fokusere på hvordan brugerne kan forføres med IT-produkter fremfor gennem IT-produkter. Denne forskel i fokusområdet betyder at han fokusere på ændring af brugernes adfærd som et resultat af en proces og ikke selve ændringsprocessen.

Han kalder sit studie af fundamentale interhuman-computer teknikker for captology[7], hvor han belyser en række vigtige fokusområder, der kan bidrage til at motivere og forføre brugerne. B.J. Fogg beskriver i 'Persuasive Technology'[8] den funktionelle triade, hvor computeren medierer forskellige persuasive roller der afhænger af den kausale anvendelse. Computerens funktionelle triade anvender forskellige persuasive teknikker afhængig af computeren anvendes som et redskab, et medium eller som social faktor.

Anvendes computeren som persuasivt *redskab* fremhæver B.J. Fogg 7 persuasive teknikker[9], som primært anvendes til overbevise og forføre brugerne frem til det ønskede mål. Teknikkerne består af

- Reduktion
- Tunnellering
- Tilpasning
- Forslag
- Selvobservation
- Overvågning
- Belønning

[7] Fogg, B.J. (2003) s. 16
[8] Fogg, B.J. (2003) s. 23
[9] Fogg, B.J. (2003) s. 32: Reduction, Tunnelling, Tailoring, Suggestion, Self-monitoring, Surveillance, Conditioning

Anvendes computeren som persuasivt *medie* forståes et anvendelsesmønster hvor computeren anvendes til computersimulation der skaber adfærdsændring. Her nævner B.J. Fogg tre typiske brugsmønstre[10].

- Simuleret kausalitet
- Simulerede miljøer
- Simulerede objekter

Når computermediet påvirker som en *social faktor*, definere Fogg fem typiske sociale adfærdsdynamikker[11], hvor igennem computermediet kan påvirke og skabe adfærdsændringer

- Fysisk – ansigt, øjne, krop, bevægelse
- Psykologisk – preferencer, humor, personlighed, følelser, empati
- Sprog – interagerer via sprog, talt sprog, genkendelse af sprog
- Social dynamik – samarbejde, påskønnelse, reciprokalitet
- Sociale roller – doktor, medspiller, opponent, lærer, guide

Lennart Björneborn[12] har ved eksplorative kortlægning på biblioteker i hhv. København og Vanløse fundet ti specifikke serendipitetsinitierende faktorer skematiseret nedenfor.

Seperendipitetsfaktorer	**Forklaring**
Uhindret adgang	Brugernes uhindrede, direkte adgang til informationsressourcer
Diversitet	Rig mangfoldighed af emner, materialer, genrer, medier, personer, aktiviteter og rum
Eksponering	Nysgerrighedsskabende formidling af informationsressourcer
Kontraster	Iøjnefaldende differentiering med blikfang og variation i formidlingen; inkl. 'stille'-zoner og eksponeringszoner
Markører	Tydelig skiltning, oversigtskort, henvisninger og andre rum-markører kan trigge brugeres interessesfære
Uperfekte sprækker	Biblioteket accepterer en vis grad af personale- eller brugerskabt rod
Krydskontakter	Kontaktflader på tværs af emner, materialer, genrer, medier, personer, aktiviteter og rum
'Multi-reachability'	Mange adgangsveje som brugerne kan vælge gennem biblioteket, hvorved uplanlagte materialer kan opdages undervejs
'Explorability'	Indretning indbyder til udforskning, bevægelse og græsning
'Stopability'	Indretning indbyder til at standse op, røre ved materialer, fordybe sig, sætte sig og relevansbedømme materialer, inkl. uplanlagte fund.
LB's 10 indentificerede faktorer I det fysiske bibliotek som kan stimulerer serendipitet	

[10] Fogg, B. J. (2003) s. 62: Simulated cause-and-effect scenarios, Simulated environments, Simulated objects
[11] Fogg, B. J. (2003) s. 91: Physical, Psycological, Language, Social dynamics, Social roles
[12] Björneborn, L. (2008b)

Analyse
Arkens audioguides anvender tre af B.J. Foggs persuasive teknikker relateret til deres audioguides anvendt som redskab for kulturformidling.

Reduktion – de udvælger et begrænset antal billeder som analyseres
Tunnellering – de udvælger en rækkefølge i billedefortællingen / -analysen
Tilpasning – de tilpasser deres audioguides til de enkelte udstillinger

Relateret til Lennart Björneborns ti specifikke serendipitetsinitierende faktorer, finder jeg især det er værd at fremhæve følgende.

Multi-reachability – De fire audiowalks vælges vilkårligt på MP3 afspilleren eller på websitet af brugeren. To audiowalks indeholder både historier og analyser af forskellige billeder i samlingen og forudsætter et praktisk gennemsyn af hele samlingens malerier for at finde de konkrete billeder.

Explorability – Arkens audioguides indeholder ud over de fire audiowalks også en del video kunstnerportrætter, hvilket kan være inspirerende for genbesøg med fokus på andre kunstnere og deres værker.

Stopability – Både ved de enkelte audiowalks og kunstnerportrætterne skabes metamophoriske stemningsbilleder af tidsånden i de vilde 80'ere. Især ved de to audiowalks 'this just a temporary place to stay' hvor man føres tilbage til værkstedet værst og 'en maler midt i alt det postmoderne' hvor kunstneren Inge Ellegaard kommenterer et par af hendes værker, opfordre de to audiowalks til at søge de specifikke malerier og stoppe op for at fordybe sig i malerierne, deres indhold og baggrund

Arkens guider de besøgende igennem udstillingen ved brug af audiowalks med reduceret kompleksitet og en indholdsmæssig overskuelighed, idet kun et udvalg af udstillede værker er repræsenteret i audioguiderne.

Christina Papsø Weber fra Arkens uddannelsesafdeling giver under interviewet udtryk for de har en god føling med hvordan deres audioguides anvendes i praksis. De foretager jævnlig undersøgelser af hvordan brugerne modtager deres audioguides, men det virker ikke som om Arken bevidst anvender persuasive teknikker i relation til deres audiowalks.

Hvis Arken ville blive mere bevidst om at implementere og anvendes persuasive teknikker ved produktion af deres audiowalks, ville dette kunne medvirke til at udnytte mediets hele potentiale langt bedre end for nuværende.

Opsamling konklusion
Der er ingen tvivl om at Arken med deres valg af Podcast og audioguides har valgt et medie og en ny teknologi med et stort brugspotentiale og megen perspektiv. Det er imidlertid stadigvæk vigtigt at have fokus på hvordan deres audioguides kan anvendes for at unytte det fulde brugspotentiale. Jeg har på baggrund af ovenstående opgave følgende råd til Arken, der efter min vurdering kan medvirke til at gøre deres audioguides endnu bedre.

- **Bedre synlighed for ArkCast på Arkens website**
- **Bedre introduktion til mediet ved udlevering af MPS afspiller**, fx ved Opstilling af skærm ved receptionsområdet med introduktion til brug af MP3 afspilleren, ved at receptionsmedarbejderen starter en kort introduktionsfilm på MP3 afspilleren ved udlevering, ved at receptionsmedarbejderen giver den besøgende en kort introduktion af MP3 afspilleren.
- **Bedre og mere entydig oversigt på MP3 afspilleren** om hvilken audioguide der kan være mest hensigtsmæssig at begynde med og en meget præcist beskrivelse af den fysiske placering i de enkelte audiowalks.
- **Forbedring af skiltningen** ved startområdet for de enkelte audioguides og ved de enkelte værker for at imødekomme de besøgendes usikkerhed om fysisk placering.
- **Stringens på tværs af de anvendte medier**, hvor de besøgende skal kunne finde de samme audiowalks og kunstnerportrætter uanset valg af medieplatform.
- **Fotos af hele udstillingens malerier** på MP3 afspilleren

Litteraturliste for denne delopgave
Jeg har blandt meget andet planlagt at anvende følgende litteratur:

Fogg, B. J. (2003): Persuasive technology: using computers to change what we think and do. San Francisco. ISBN-13: 978-1-55860-643-2

Fogg, B. J. and Eckles, D.
Mobile Persuasion: 20 Perspectives on the Future of Behavior Change.
Paperback: 166 pages Publisher: Stanford Captology Media ISBN-10: 78097950251 ISBN-13: 978-0-9795025-2-1

http://books.google.com/books?id=ThVEEO-ndVoC&pg=PA93&dq=redefining+persuasion+for+the+mobile+world+fogg&hl=en&ei=udf4TOq8NdO54gbY4cnYBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCcQ6AEwAA#v=onepage&q=redefining%20persuasion%20for%20the%20mobile%20world%20fogg&f=false

Björneborn, L. (2008a): Serendipity dimensions and users' information behaviour in the physical library interface. Information Research 13(4), paper 370 (2008)
http://InformationR.net/ir/13-4/paper370.html

Björneborn, L. (2008b): Serendipitetsfaktorer og brugeradfærd på det fysiske bibliotek. Dansk Biblioteksforskning årg. 4, nr. 2, 2008

Litteraturliste for alle tre delopgaver

Barry Wellman, et al (2003). The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism. JCMC 8 (3) April 2003.
http://www.webcitation.org/5UchkMd7o

Björneborn, L. (2010). Design dimensions enabling divergent behaviour across physical, digital, and social library interfaces. pp. 143-149. In: *Lecture Notes in Computer Science*, vol. 6137 / *Proceedings of 5th International Conference, PERSUASIVE 2010, Copenhagen, Denmark, June 7-10, 2010*. Springer. Preprint:
http://vip.db.dk/lb/papers/bjorneborn_2010_persuasive_final.pdf

Jacob, R.J.K. et al. (2008). Reality-based interaction- a framework for post-WIMP interfaces. CHI 2008, April 5-10, 2008, Florence, Italy.pdf
http://www.cs.tufts.edu/~jacob/papers/chi08.pdf

Kollock, P. (1999). The economies of online cooperation: Gifts and public goods in cyberspace. In M.A. Smith and P. Kollock (Eds.), Communities in cyberspace (pp.220- 239). London: Routledge.
http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=harO_jeoyUwC&oi=fnd&pg=PA3&ots=JWVO6MdrxU&sig=GFzpIvrOVB3TP-qEz9g56mjALVA#v=onepage&q&f=false

Ludvigsen, M. (2006). *Designing for Social Interaction : Physical, Co-located Social Computing*. Ph.d.-afhandling. Aarhus School of Architecture & ISIS Katrinebjerg, Center for Interactive Spaces. Heri: s. 1-10 samt s. 187-202
http://www.mvl.dk/dissertation/DesigningforSocialInteraction_dissertationMVL_web.pdf

Sadler, E. & Given, L.M. (2007). Affordance theory: a framework for graduate students' information behavior. *Journal of Documentation*, 63(1): 115-141.

Litteraturliste for delopgave 1

Dervin, Brenda (1992), From the mind's eye of the user: The sense-making qualitative-quantitative methodology. In J. Glazier & R. Powell (Eds.), Qualitative researchin information management (pp. 61-84). Englewood, CO: Libraries Unlimited.

Bates, M.J. (2007). What is browsing – really? A model drawing from behavioural science research. *Information Research*, 12(4), paper 330.
http://InformationR.net/ir/12-4/paper330.html

Björneborn, L. (2008). Serendipitetsfaktorer og brugeradfærd på det fysiske

bibliotek. *Dansk Biblioteksforskning*, 4(2): 41- 54.
http://www2.db.dk/dbf/2008/nr2/bjorneborn.pdf

Case, D.O. (2007). *Looking for information: A survey of research on information seeking, needs and behavior*. 2.ed. Amsterdam: Academic Press.
Fisher, K.E., Erdelez, S., & McKechnie, E.F. (red.)(2005). *Theories of information behavior: A researcher's guide*. Medford, NJ: Information Today. Heri afsnit 22, 29, 30, 38.

Litteraturliste for delopgave 2

Barry Wellman, et al (2003). The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism. JCMC 8 (3) April 2003.
http://www.webcitation.org/5UchkMd7o

Björneborn, L. (2010). Design dimensions enabling divergent behaviour across physical, digital, and social library interfaces. pp. 143-149. In: *Lecture Notes in Computer Science*, vol. 6137 / *Proceedings of 5th International Conference, PERSUASIVE 2010, Copenhagen, Denmark, June 7-10, 2010*. Springer. Preprint:
http://vip.db.dk/lb/papers/bjorneborn_2010_persuasive_final.pdf

Jacob, R.J.K. et al. (2008). Reality-based interaction- a framework for post-WIMP interfaces. CHI 2008, April 5-10, 2008, Florence, Italy.pdf
http://www.cs.tufts.edu/~jacob/papers/chi08.pdf

Kollock, P. (1999). The economies of online cooperation: Gifts and public goods in cyberspace. In M.A. Smith and P. Kollock (Eds.), Communities in cyberspace (pp.220- 239). London: Routledge.
http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=harO_jeoyUwC&oi=fnd&pg=PA3&ots=JWVO6MdrxU&sig=GFzpIvrOVB3TP-qEz9g56mjALVA#v=onepage&q&f=false

Ludvigsen, M. (2006). *Designing for Social Interaction : Physical, Co-located Social Computing*. Ph.d.-afhandling. Aarhus School of Architecture & ISIS Katrinebjerg, Center for Interactive Spaces. Heri: s. 1-10 samt s. 187-202
http://www.mvl.dk/dissertation/DesigningforSocialInteraction_dissertationMVL_web.pdf

Sadler, E. & Given, L.M. (2007). Affordance theory: a framework for graduate students' information behavior. *Journal of Documentation*, 63(1): 115-141.