'GØR DET SELV'-GUIDE
til kvalitative
brugerundersøgelser
i museer

I GÆSTERNES STED

To metoder
To personer
To dage

DET KAN I FÅ SVAR PÅ

HVOR GODT IMØDEKOMMER UDSTILLINGERNE VORES MÅL?

HVAD GØR INDTRYK PÅ DE BESØGENDE?

VIRKER FORMIDLINGSGREB EFTER HENSIGTEN?

HVILKE GREB VIRKER BEDST?

HVORDAN ER BRUGERNES HELHEDSOPLEVELSE?

– OG MEGET MERE...

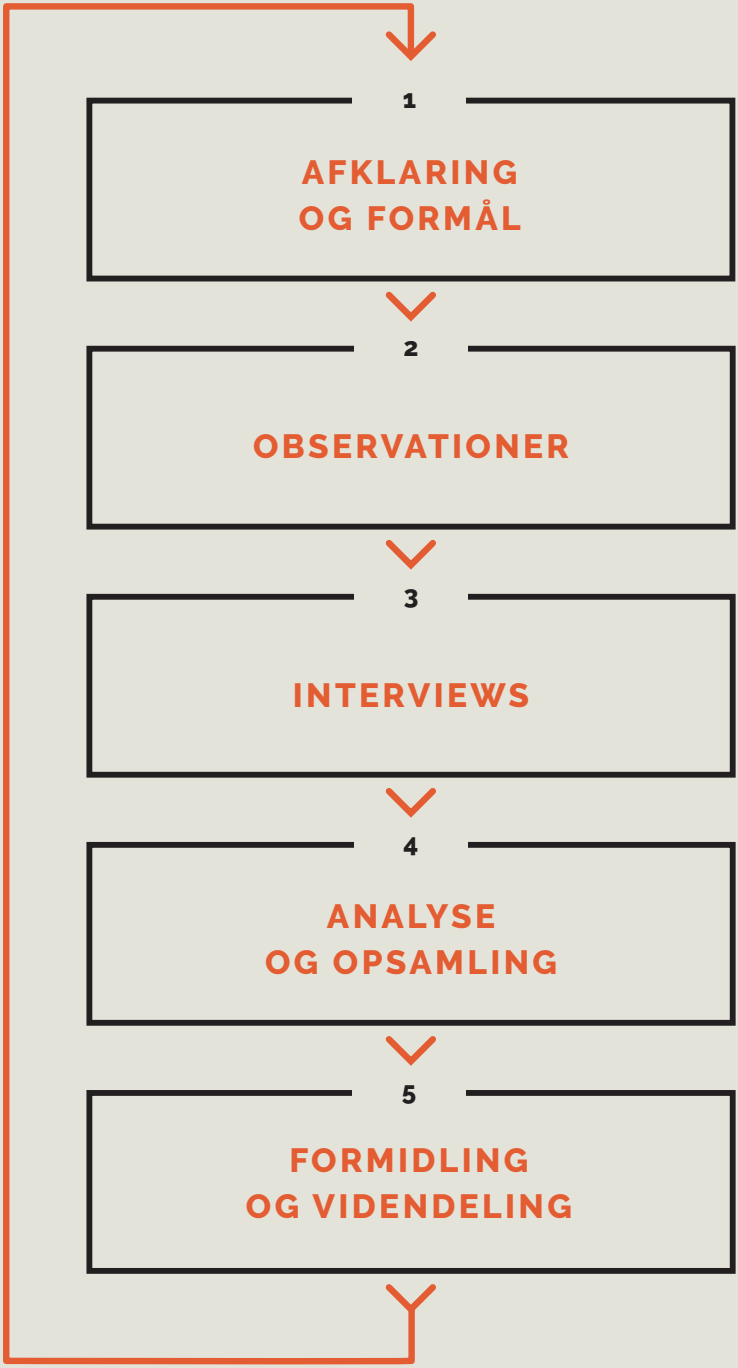
Denne folder præsenterer to kvalitative metoder, som kan anvendes til at få større viden om museets besøgende og bedre indblik i, hvordan museet og udstillingerne bruges og opfattes af de besøgende. De to metoder er observationer og interviews – og kan benyttes på både store og små museer.

Metoderne er et supplement til SLKS' nationale brugerundersøgelse og resultaterne af den kvalitative brugerundersøgelse kan anvendes til at skabe helt konkrete ændringer og forbedringer i museumsrum. Samtidig håber vi, at metoderne kan give anledning til mere indholdsrige diskussioner mellem museumsfolk om 'den gode udstilling'.

Målgruppen for denne guide er det faglige museumspersonale. Med kvalitative brugerundersøgelser – som supplement til den kvantitative – kan vi få endnu mere viden om, hvad de besøgende får ud af museernes udstillinger. På den baggrund kan vi ændre udstillingerne på vores museer. Men måske kan vi dertil få en både indholdsrig og systematisk viden om, hvad de besøgende får ud af at gå på museum.

Guiden er forsøgt udformet som et let tilgængeligt værktøj både i forhold til omfang og antal personer for at gøre det overkommeligt i en travl hverdag.

INDHOLD



Undersøgelser i iterativ proces opbygger ny viden

1

AFKLARING OG FORMÅL

OVERVEJELSER INDEN I GÅR I GANG

Inden undersøgelsen går i gang, er det vigtigt, at der er ledelsesopbakning til, at det er tiden værd. Frem for alt er det helt afgørende, at I afklarer formålet med undersøgelsen – hvilke spørgsmål ønsker I svar på?

Er det bestemte målgrupper, I gerne vil undersøge? Er det enkelte udstillingselementer? Er det udstillingens effekt på gæsterne? Eller hvordan gæsterne interagerer i udstillingerne? Og hvem skal gennemføre undersøgelsen og med hvilke intervaller?

En idé kan være at opstille en række hypoteser om, hvad gæster gør, og hvordan udstillinger virker og så bruge undersøgelsen til at teste dem, samtidig med at I bevarer en åben tilgang til det, der dukker op. Ved f.eks. at gennemføre flere korte undersøgelser på forskellige tidspunkter i løbet af året, kan der løbende opbygges ny viden om udvalgte brugergrupper eller særlige dele af museet.

At gøre formålet klart er afgørende for at sætte en retning for de næste skridt: Observationer, interviews, analyse og formidling.

2

OBSERVATIONER

OBSERVATIONSMETODER: HVORDAN VÆRE NÆSTEN 'USYNLIG'?

At observere er med til at 'forstyrre' vaneforestillinger om udstillinger og kan give jer ny viden om, hvad der virker godt, og hvad der virker knap så godt. Det er vigtigt at komme tæt på de ting, gæsterne selv bruger, og gøre det gæsterne gør, mens de er på museet og skrive ned, hvad gæsterne siger og gør. I skal overveje, hvordan I bedst kan 'blende ind'. I nogle rum kan man sidde i et hjørne og tage noter uden at blive 'opdaget'; i andre rum kan man lade som om man lytter til en telefon, en lyttepost eller en audioguide, og andre gange går man rundt og observerer. Ind imellem kan I så gå 'backstage' og skrive ned. Den nemmeste metode er denne: At observere i museumsrum og når I er fortrolige med den, kan næste skridt være at følge gæsternes besøg rundt på hele museet.

GODE IDEER TIL AT VÆRE USYNLIG

- Følges ad to personer og tale sammen, dvs. agere gæster
- Hvis der er audioguide, kan man lytte til den uden lyd
- Benytte lytteposter uden lyd
- Stille en stol frem, så der er steder man kan sidde
- Gå med telefon uden lyd
- Kigge i folder eller andet museumsmateriale
- Skrive noter i bog, på iPad eller telefon
- Tegne på en skitseblok
- Tage billeder

OPMÆRKSOMHEDS-PUNKTER

- Aftal inden observationerne, hvad I vil se efter.
- Det er helt nødvendigt, at I ikke korrigerer, hvis der f.eks. er noget, der ikke virker i museumsrummet, eller hvis der er ting, gæsterne ikke finder.
- Nogle gange må I stoppe en observation, hvis det bliver for tydeligt, at I ikke er almindelige gæster.
- Det er vigtigt ikke bare at følge aktiviteter, men også registrere stilhed, pauser og det, der ikke sker.
- Vær ikke selvkritiske. Når man observerer, ved man ikke på forhånd, hvad der er vigtigt. Notér på papiret uden at korrigere eller omformulere.

MAN KAN F.EKS. OBSERVERE:

- Hvordan gæsterne bevæger sig rundt?
- Hvor bliver de forvirrede?
- Hvor er de optagede?
- Hvor går de hurtigt forbi?
- Er der ting, de ikke finder?
- Hvor taler de sammen?
- Hvor taler de ikke sammen?
- Læser de tekster, lytter til historier, bruger installationer og tager billeder?
- Hvor lang tid bruger de i forskellige rum?
- Følges de ad, eller deler de sig op?
- Find selv på mere ...

OBSERVATIONER I RUM

OMFANG: TO PERSONER, ½ DAG HVER

HVORDAN GØR MAN?

En medarbejder placerer sig i det rum, der skal undersøges – sidder eller går rundt.

Skriv noter, der helt konkret beskriver adfærd i rummet og gæsternes samtaler – notér deres egne ord. Skriv hovedindtryk ned.

Når observationerne er gennemført af to personer på hvert sit tidspunkt, mødes de og analyserer materialet, finder fælles temaer og idéer til forbedringer.

EKSEMPEL PÅ EN OBSERVATION I RUM

Der er 18 i rummet, og flere kommer til. Ved montren i hjørnet er en familie i gang med at trække skuffer ud. "Prøv at se, jeg tror, guldmønten er her." Et par sidder på bænken i midten og kigger rundt. En kvinde kommer over til bordet og rører ved fløjten.

Ved spejlet: "Ha ha, du kan sende et billede til alle børnebørnene." En ældre kvinde tager et billede af sin mand, der har taget admiralshatten på. "Skal du have en dram?" En herre har taget fat i glasset på bordet. Vennerne, der står omkring, griner.

HOVEDINDTRYK

Gæster følges rundt i rummet. De taler sammen om det, de ser. De tager fotos ved udklædning.

AT FØLGE GÆSTERNE I MUSEET

OMFANG: TO PERSONER, EN DAG

HVORDAN GØR MAN?

De to medarbejdere kan enten tage en dag hver især eller være to medarbejdere, der agerer gæster og udvælger, hvilke målgrupper der skal følges. Om man gør det alene eller sammen kan bl.a. afhænge af, hvor mange gæster der er i museumsrummet. Hvis der er få gæster, kan det være svært at følge gæster alene, fordi man så selv bliver meget tydelig. Når gæster følges, er det godt at gå i behørig afstand, men stadig så det er muligt at se og høre undervejs og skrive noter, der helt konkret beskriver gæsternes adfærd og samtaler.

Noter gæsternes egne ord. Skriv også hovedindtryk ned.

I forbindelse med observationerne af gæsterne skal I også placere jer uden for museet og få hele oplevelsen med fra start til slut – husk også øvrige rum som f.eks. café, butik, gange og opholdsrum.

EKSEMPEL PÅ OBSERVATION AF MUSEET

P-pladsen bag ved museerne. Tre kvindelige gæster ankommer kort før åbningstid. Bilerne parkerer de på museernes p-plads bag ved. De er søgende og ved ikke, hvilken vej de skal gå for at finde hovedindgangen.

Der er ingen skilte. De følger efter en, der er på vej fra parkeringspladsen: "Du ser ud, som om du ved, hvor du skal hen." En af de andre siger: "Hov, der er jo flere museer. Det vidste jeg ikke." De finder rundt om bygningen og op til indgangen: "Det var altså også svært at gennemskue, hvad der er vej, og hvad der er cykelsti, da vi kom kørende i bil.

HOVEDINDTRYK

Flere har svært ved at finde hovedindgangen.
De parkerer bag ved museet.

3

INTERVIEWS

OMFANG: TO PERSONER, EN TIME

HVORDAN GØR MAN?

Hver person gennemfører på forskellige tidspunkter en række korte interviews med gæster. Interviews kan være baseret på det formål, der er med undersøgelsen, eller det kan være spørgsmål, der er opstået på baggrund af observationerne.

Interviews med gæsterne gennemføres efter besøg på museet, og her er det godt at finde et sted uden for museet eller i en forhal, hvor I er på neutral grund.

Lav en indledning til interviews som f.eks.:
"Museet har bedt mig om at lave en lille undersøgelse af gæsternes oplevelse af museet. Jeres svar skal bruges til at forbedre museet i fremtiden. Må jeg have lov til lige at stille et par spørgsmål?

ÅBNE SPØRGSMÅL

Lav på forhånd nogle åbne spørgsmål, så det bliver dét, gæsterne er optagede af, og de holdninger de har, der kommer frem.

MAN KAN F.EKS. SPØRGE OM:

- Hvorfor har I valgt at komme her i dag?
- Hvilke tre ord kendetegner museet?
- Hvad var det bedste i dag?
- Hvad synes I om at lytte til historierne/læse teksterne?
- Find selv på ...

OPMÆRKSOMHEDS-PUNKTER

- Afhængig af, hvad I vil have svar på, kan det være vigtigt at spørge forskellige bruger-konstellationer.
- Giv god tid til, at der kan svares – hold pause og lyt til det, der kommer.
- Undgå at spørge f.eks. gæster, som virker afvisende, eller familier, der har travlt, eller gæster, som allerede er blevet fulgt i jeres observationer.

4

ANALYSE OG OPSAMLING

FÆLLES REFLEKSION

På baggrund af observationer og interviews mødes de to personer til en fælles refleksion, hvor gennemgående temaer og hovedindtryk sammenholdes, og på den baggrund udvikles nye idéer og forbedringsforslag.

TEMAER KAN F.EKS. VÆRE:

- At gæster hjælper gæster
- At opdage noget tilfældigt
- Samtaler mellem gæster
- At være sammen
- Museets samspil med det fysiske lokalmiljø
- Fordybelse
- At finde vej

EKSEMPEL PÅ TEMAET: GÆSTER HJÆLPER GÆSTER

Der er ca. ti mennesker i rummet. Et par har lige opdaget, at de kan sætte lydene i gang ved at røre ved nogle figurer. De snakker med nogle andre gæster, der står ved bordet med en barnevogn: "Det var tilfældigt, vi opdagede det." De griner.

De viser det unge par hvordan. "Vi rodede lidt rundt på bordet, og så var den der. Det er sjovt, man skal bare lige snitte det – så er den der."

På baggrund af observationsnoter og interviews findes nogle af de overraskelser, der er opstået i forbindelse med brugerstudiet. Det kan være, at gæsterne ikke lytter til lytte-poster, hvis de er i brug af andre. Det kan være, at nogle tekster ikke læses. Det kan være, at gæster går en anden vej rundt i museumsrummene end forventet. Det kan være, at gæster rører ved ting, selvom de ikke er beregnet til det, eller at de ikke rører, hvor det var intentionen? Det kan være, at de ikke kan finde ud af nogle installationer, eller at de bruges helt anderledes end forventet?

Hvilke opdagelser har I gjort? Hvis der har været indledende hypoteser – hvordan harmonerer de så med praksis?

Find eksempler fra dialog mellem gæster, interviews og adfærd i museumsrum og diskuter, hvordan det passer med det formål, der var med undersøgelsen, og med den strategi, museet har for brugeroplevelser. Og på den baggrund – hvordan kan museet så give gæsterne en bedre oplevelse?

Det faglige personale, der gennemfører undersøgelsen, kan efterhånden opbygge en videnbase, både i forhold til hvordan brugerstudier bedst kan gennemføres i museets rammer, og også hvilke temaer, der går igen fra gang til gang, og hvilke tiltag, der virker.

5

FORMIDLING OG VIDENDELING

SÅDAN KAN RESULTATERNE BRUGES

Resultaterne af brugerstudierne kan både bruges internt på museerne og eksternt i forhold til samarbejdspartnere.

Internt kan brugerstudier anvendes til at opbygge og videreudvikle en fælles forståelse af museets strategi og de initiativer, der er vigtige for at lykkes med udstillingerne.

Eksternt kan brugerstudierne anvendes i den stadige udvikling af museernes udstillinger i forhold til markedsføring af museet eller i fondsansøgninger.

6

GODE IDEER TIL INTERVIEWSPØRGSMÅL

- Hvorfor har I valgt at komme her i dag? Har I været her før?
- Hvor kommer I fra i dag? Er I fra lokalområdet/på ferie/dagsudflugt?
  (Noter hvem de er kommet sammen med)
- Hvordan har det været at være her sammen (familie/venner)?
- Hvilke tre ord ville du sætte på museet?
- Hvad var det bedste i dag?
  (Vær opmærksom på de forskellige 'stemmer' i gruppen, og hvad de fremhæver – rum/installationer/særlige elementer)
- Hvad synes I om at skulle lytte til historierne?
  Hvordan var informationsniveauet?
  Hvad synes I om teksterne?
- Var der steder, hvor det var for mørkt eller for lyst?
- Hvordan var det at finde rundt?
- Er der noget, du bliver nysgerrig på/I får lyst til at vide mere om?
- Hvordan er det med ude og inde?
- Er I tit på museum (i ferien)?

ALEXANDRA INSTITUTTET

UDARBEJDET AF ALEXANDRA INSTITUTTET 2018
PÅ BAGGRUND AF BRUGERSTUDIER PÅ
STRANDINGSMUSEET ST. GEORGE OG TIRPITZ
EVA BJERRUM OG SUZAN TUGCU