

DESIGN TIL SECOND SCREENS

At engagere tweens til aktiv deltagelse
gennem brug af interaktive virkemidler

Speciale

Bo Bille
Informationsvidenskab
Aarhus Universitet

Vejledning ved
Ole Sejer Iversen

Design til second screens: At engagere tweens til aktiv deltagelse gennem brug af interaktive virkemidler.

2013

www.bobille.dk

Bo Bille, 20073255
Informationsvidenskab
Aarhus Universitet

Vejledning ved
Ole Sejer Iversen

Antal anslag: 157.582

Sat med Adobe Caslon Pro og Raleway
Printet på cyclus 100g papir

ABSTRACT

006

The way we consume television has been changing for some time, and will presumably continue to do so. With the advent of high-speed internet connections and the popularisation of smartphones and tablet computers, the communication channel between broadcast company and television viewer can now easily be a two-way channel. This has brought about a focus on how to involve these *second screens* (eg. smartphones and tablets) in the viewing experience. Broadcast companies see the potential for a new kind of viewer engagement, and want to set their own programs apart from the rest.

At the same time, the broadcast companies have been segmenting their range of channels to accommodate the present individualisation of consumerism. In 2013, for instance, the Danish broadcast company DR launched two new television channels, which brings their total up to six. The segmentation is done in regard to age groups and interests. DR now has channels focused on the 3-6-year-olds (DR Ramasjang), the 7-13-year-olds (DR ULTRA) and the 15-39-year-olds (DR3) in addition to the society channel (DR2), the culture channel (DR K) and the flagship channel (DR1).

Segmentation and second screens, in combination, bring about efforts to engage the viewers within a specific age group or with a specific interest. The broadcast companies struggle to figure out how to engage each segment of viewers in a specific program via the second screens. An example of this is DR's attempt to engage tweens (10-12-year-olds) via a web based chat, in the ULTRA Live program on the newly launched DR ULTRA channel. However, a web based chat is not very engaging for tweens and it does not take advantage of the *means of interaction* that it is possible to have on a second screen. DR simply does not know how to engage tweens on a second screen.

This begs the question: *which means of interaction on a second screen will motivate tweens to engage in a live television program?* The goal of this thesis is to bring about an answer to this question and to position the answer within the field of interaction design research. The intended readers of this thesis is therefore: 1) the Danish broadcast company DR, but primarily 2) the interaction design community and people interested in interaction design research.

In the thesis, I specify the notion of *means of interaction* as the specific constructions of the *interaction gestalt* (Lim et. al. 2007) that an interaction designer makes with the purpose of loading the interactive artefact with an *aesthetic potential* (Krogh & Petersen 2009). Furthermore, I use the theoretical framework of Cultural Historical Activity Theory, as presented by El'konin (1971), Hedegaard (1995) and Stenild & Iversen (2012), to guide my study of tweens motivation.

Through the application of qualitative research and Constructive Design Research (Koskinen et. al. 2011) in three interviews and two workshops, I arrive at five *means of interaction* to engage tweens: *construction, reflection of personality, joint creation, multiple levels of complexity* and *patches & mods*.

I end the thesis by concluding that the five *means of interaction* have the potential to motivate tweens to engage in the ULTRA Live program, if implemented on a second screen. It is, however, up to the user of the second screen to realise the potential or reject it. Furthermore, I conclude that there is a lack of research on the subject of engaging interactions on second screens in the field of interaction design research, and that my work points to a range of aspects that warrant further research.

INDHOLD

006 ABSTRACT

011 INTRODUCTION

014 Afgrænsning

018 Interaktive virkemidler
som begreb

023 Tv-programmers karakter

025 RELATERET ARBEJDE

026 Engagement og motivation i
interaktionsdesignfeltet

027 Forskning om second screens

029 METODE

029 Undersøgelsens design

032 Socialkonstruktivisme

033 Kvalitative undersøgelser

034 Constructive Design Research

036 Data og databehandling

037 TEORETISK RAMME

037 Cultural Historical Activity Theory

038 Motivation forstået ud fra CHAT

041 DELTAGELSE I ULTRA LIVE

042 Fem ønsker for det
deltagende engagement

045 MOTIVATION I PRAKSIS

045 Udfordringer ved at
undersøge motivation

047 Workshop I – Smileyrapport

048 Faktorer der motiverer tweens

055 INTERAKTIVE VIRKEMIDLER

055 Workshop II – At øve
sig på fremtiden

058 Motivation for engagement
på en second screen

069 Fem virkemidler der motiverer
til deltagende engagement

071 DISKUSSION

071 Et potentiale for DR

073 Et udforsket felt

079 KONKLUSION

081 LITTERATUR

087 BILAG

INTRODUKTION

Måden hvorpå vi ser fjernsyn er under konstant forandring. Fjernsynsproducenter er begyndt at lancere smartTV'er, som et forsøg på at inkludere nye muligheder inden for interaktivitet, streaming og sociale funktioner. Imens omgår services som Netflix¹ og HBO on demand² helt den klassiske broadcast struktur og tilbyder deres indhold på et bredt udvalg af enheder, hvor seeren selv kan bestemme tidspunktet. Redigeringsprogrammer som iMovie og distributionskanaler som YouTube har gjort det muligt for alle at producere og distribuere højkvalitets video til hele verdenen. Fjernsynets monopol på video i hjemmet er med andre ord ikke længere eksisterende.

Sideløbende har udbredelsen af mobile enheder som smartphones og tablet pc'er i sammenhæng med det allestedsnærværende internet, åbnet for andre brugsmønstre af fjernsynet. Hvad der før var envejskommunikation fra tv-udbydere til seer, kan nu uden problem være tovejs. Disse *second screens* – dvs. smartphones og tablets – bliver allerede brugt af seerne imens de ser fjernsyn. En undersøgelse lavet af Google viser at over 70 % af de adspurgte, bruger en second screen i sammenhæng med at de ser fjernsyn på en typisk dag. (Google 2012:30)

På samme tid er der en stigende individualisering af forbrugeres mediebrug. Tv-udbydere arbejder på at segmenterer sendefladen, så deres målgrupper er skarpt opdelt. Et eksempel på dette er, at DR i 2013 har tilføjet to nye kanaler så de nu er oppe på seks kanaler i alt. DR har med DR Ramasjang, DR ULTRA og DR3, kanaler til de henholdsvis 3-6, 7-13 og 15-39 årige (Børsen 2013), ved siden af DR2, DR K og DR1 som henholdsvis samfundskanalen, kulturkanalen og flagskibet. (DR 2013)

¹ www.netflix.com

² www.hboondemand.com



Mulighederne for interaktivitet som second screens tilbyder i kombination med segmenteringen af sendeflader, har affødt en interesse for at skabe et deltagende engagement hos de enkelte segmenter. Tv-udbydere ser muligheden for at engagere seerne i deres programmer og håber på at kunne skabe tættere relationer imellem kanalerne og seerne. Et eksempel på dette er ULTRA Live³ (se figur 1) programmet på DR ULTRA kanalen. Her forsøger DR at engagere tweens (10-12 årige) i programmet, ved hjælp af en webbaseret chat imellem børnene i hjemmet og personerne i studiet. En webbaseret chat er imidlertid ikke specielt engagerende og bruger ikke af de muligheder for engagerende interaktionsdesign som en second screen tilbyder.

For et program som ULTRA Live – som gerne vil engagere deres seere – står det uklart hvordan de skal bruge de nye muligheder. De vil gerne have at børnene har en følelse af, at det er deres program og ser en mulighed for at gøre dette bedre, ved hjælp af smartphones og tablets, men ved ikke hvilke elementer i en second screen-applikation, som vil hjælpe med at engagere børnene. DR har lang tids erfaring med at skabe indhold i programmer, som motiverer danskere til at se deres programmer, men ved ikke hvordan de kan udnytte mulighederne på en second screen til at gøre det samme.

Et interaktivt system kan tage mange forskellige former og hvert enkelt valg har betydning for brugeroplevelsen. Her ligger der en udfordring for DR i at designe en second screen-applikation som vil skabe engagement hos deres seere. Med en bedre forståelse for hvilke *interaktive virkemidler* der vil motiverer til et deltagende engagement, kan ULTRA Live bedre opnå deres ønsker. Et *interaktivt virkemiddel* er overordnet set et koncept for, hvordan en del af et interaktivt artefakt kan konstrueres, med det formål at opfordre brugeren til at have 'virke-trang'. Med andre ord er formålet at forsøge at motivere brugeren til at have et deltagende engagement som er rettet imod et bestemt mål. (Begrebet *interaktive virkemidler* vil jeg yderligere afdække i afsnittet *Interaktive virkemidler som begreb* side 18). Spørgsmålet jeg vil besvare i dette speciale er således:

Hvilke interaktive virkemidler på en second screen kan motivere tweens til et deltagende engagement i et live magasin-program?

Igennem kvalitative undersøgelser og Constructive Design Research med ULTRA Live programmet som ramme, er jeg igennem tre interviews og to workshops kommet frem til fem interaktive virkemidler: *konstruering*, *personlighedsafspejling*, *fælles skabelse*, *flere kompleksitetsniveauer* og *patches & mods*. Min undersøgelse har vist, at de fem virkemidler vil kunne motivere tweens til at engagere sig i et live magasin-program. Igennem specialet vil jeg klargøre hvordan jeg er kommet frem til dette resultat, argumentere for mit resultat og diskutere betydningen af virkemidlerne for DR og for interaktionsdesign forskningsfeltet.

³ www.dr.dk/ultralive

Resultaterne af min undersøgelse kan for DR fungere som konkrete retningslinjer for hvordan en interaktiv second screen-applikation skal konstrueres for at kunne motivere til aktiv deltagelse. Da min undersøgelse er case-specifik, er de fem interaktive virkemidler mere en rettesnor, end de er direkte til at implementere. For forskningen i interaktionsdesign er mit bidrag en første undersøgelse af tweens' motivation for deltagende engagement, faciliteret af interaktive virkemidler. Det er min overordnede påstand at koblingen imellem motivation for engagement, second screens og interaktive virkemidler ikke er blevet undersøgt før. Dette vil jeg argumentere for i hovedafsnittet *Relateret arbejde* side 25. Interaktionsmæssigt er virkemidlerne ikke nyskabende, idet de i vid udstrækning trækker på koncepter som eksisterer i andre interaktive systemer, men på trods af dette udgør de sammen med min undersøgelse af tweens' motivation, en begyndende konceptuel forståelse for interaktive virkemidlers betydning på second screen-applikationer.

Specialet er således skrevet til 1) DR, men 2) primært til personer som har interesse for forskning i interaktionsdesign. I afsnittene som specifikt arbejder med min case – det vil sige i hovedafsnittene *Deltagelse i ULTRA Live*, side 41, *Motivation i praksis*, side 45 samt *Interaktive virkemidler* side 55 – fremlægger jeg mit praktiske arbejde og de fem virkemidler. For DR er disse afsnit de mest relevante at læse. I afsnittet *Relateret arbejde* side 25 og i diskussionen side 71 arbejder jeg primært med hvordan min undersøgelse forholder sig til forskningsfeltet. Disse afsnit danner den bredere kontekst, hvori jeg har arbejdet med mine resultater og har hovedsagligt personer der er interesserede i interaktionsdesignforskning som målgruppe.

Afgrænsning

Efter 6 måneders arbejde med mit spørgsmål har jeg oparbejdet et specifikt perspektiv på de enkelte begrebs betydning og hvordan de indbyrdes hænger sammen. Begreber som *second screens*, *motivation* og *engagement* er tvetydige i et sådant omfang, at det er nødvendigt for mig at afgrænse og udrede min tilgang til dem, så det står klart for læseren hvordan mit speciale skal forstås.

Jeg vil derfor, i dette afsnit, afgrænse og afdække hvordan jeg forstår begreberne og hvordan de indbyrdes hænger sammen. Samtidig vil jeg udrede min forståelse af eventuelle variationer af begreberne, såsom *second screen systemer* og *second screen-applikationer*.

Second screen

På et fysisk niveau drejer mit spørgsmål sig om design af et interaktivt artefakt – altså en second screen. I design af interaktive teknologier er brugssituationen afgørende for udformningen af artefaktet. Med *situation* i denne sammenhæng forstår jeg at “a situation is not something we enter into and that exist outside

people, rather situations emerge through transactions between people and their environment.” (Dindler 2010:55). En *brugssituation* er også et emergerende fænomen, som opstår i menneskets interaktion med et artefakt, hvor der er et specifikt fokus på at interaktionen er ‘brug’. *Brug* i denne sammenhæng har ikke nødvendigvis et udspecificeret formål, men kan også forstås som ‘brug’ af et spil.

For at forstå hvad jeg mener med en second screen er det altså nødvendigt for mig at afdække den brugssituation, som artefaktet skal understøtte. De mange nye situationer der er opstået i sammenhæng med brug af et fjernsyn, medføre en mængde nye begreber. Hvert begreb forsøger at pege på en bestemt vinkel og et bestemt potentiale for fjernsynsmediet. Forskere arbejder med begreber såsom *asynkron* og *synkron* (Geerts et. al. 2008) *SocialTV* (Ducheneaut 2008; Mitchell et. al. 2010), *iTV* (Bernhaupt et. al. 2007), *Second Screens* (Doughty et. al. 2012; Narasimhan & Vasudevan 2012; Lochrie & Coulton 2012), *Integrated Systems* (Hess et. al. 2011) og *Crossmedia System* (Prata & Chambel 2011) i sammenhæng med hvordan personer ser og forbruger video i hjemmet. I praksis kan en seer være engageret i flere af de aktiviteter, som begreberne beskriver, på samme tid. Begreberne er på flere punkter overlappende, idet de hver især er perspektiver på det samme mulighedsrum. Det sociale aspekt er eksempelvis tilstede i mange af begreberne, men med varierende betydning.

I dette speciale har jeg valgt at afgrænse brugssituationen igennem begrebet second screen. Begrebet beskriver en touch-baseret interaktiv enhed som bliver brugt samtidig med at brugeren ser fjernsyn. Brugen af enheden skal forholde sig til indholdet på fjernsynet. Hvis en seer læser mails og ser fjernsyn samtidig, er situationen altså ikke *first screen* (fjernsynet) og *second screen*, men derimod *multi-screens*. Enheden vil i så fald ikke blive betegnet som en second screen. Hvis seeren derimod holder sig opdateret på bold.dk og ser en fodboldkamp samtidig, er den interaktive enhed en second screen. I modsætning til tanken om *integrated systems*, fungerer en second screen ikke som en fjernbetjening og har ikke lokal indflydelse på fjernsynet. Et input fra en second screen som eventuelt bliver brugt i et tv-program, vil blive vist til alle seere af programmet og ikke kun lokalt til inputtets ophavsmand. Indholdet på den sekundære skærm behøver ikke nødvendigvis have indflydelse på tv-programmet. Det kan være to helt afkoblede systemer, men modsat kan der også være gensidig afhængighed imellem den sekundære skærm og programmet. En gensidig afhængighed kræver at tv-programmet er live og her vil der være tale om et *synkront* forhold. Et synkront forhold betyder at indholdet på den sekundære skærm og fjernsynet er synkroniseret til at passe sammen over en tidslig udvikling. Modsat er et *asynkron* forhold ikke bundet op på udvikling over tid.

Hvis en applikation på en mobil enhed specifikt er konstrueret til at fungere i sammenhæng med at seeren ser fjernsyn, er det en *second screen-applikation*. Hvis applikationen yderligere er designet til et bestemt tv-program, er der tale om en *companion applikation* (For eksempler på applikationer se *Tv-programmers karakter*

side 23). Det er ikke en nødvendighed at have en second screen-applikation for at have en second screen. I eksemplet med bold.dk er hjemmesiden ikke en second screen-applikation, ej heller er bold.dk specifikt designet til at blive brugt på en second screen. Når der er tale om en second screen-applikation, er det udelukkende som reference til det program der er på den sekundære skærm. I modsætning til dette betegner et *second screen system* hele den digitale konstruktion som muliggør en second screen-applikation. Det vil altså også sige de teknologiske foranstaltninger som tv-udbyderen skal have for at kunne håndtere seeres inputs.

Den brugsoplevelse en seer har i brugen af en second screen, betegner jeg som en *second screen oplevelse*. Det er altså det subjektive følelsesmæssige indtryk som brugeren får ud fra kombinationen af et fjernsyn og en second screen. En second screen oplevelse kan blive påvirket af eksempelvis andre personer, som også ser tv-programmet, men er konstitueret af den oplevede kvalitet af kombinationen af fjernsyn og second screen.

I mit case-arbejde har jeg udelukkende arbejdet med iPads som second screens.

Tweens

I mit spørgsmål går jeg ud fra, at en second screen-applikation kan designes så den før omtalte brugssituationen kan virke engagerende for tweens. Tweens betegner i dette speciale børn der er 10-12 år. Medmindre andet er påpeget er alle referencer til *børn* ligeledes inden for denne målgruppe. I mine undersøgelser har jeg arbejdet med børn fra en forstad til Aarhus. Børnene var alle imellem 10 og 12 år gamle og kom fra socialt stærke hjem. Jeg fik adgang til børnene igennem en SFO hvor børnene befandt sig efter skole.

Motivation & engagement

I relation til tweens og engagement, arbejder jeg med motivationsbegrebet som den katalysator der skal få børnene til at engagere sig og forblive engageret. Motivation er et kompliceret begreb at definere og kræver mere plads end hvad vil give mening at bruge her. Jeg vil derfor blåt beskrive det overfladisk og gå i dybden med det i hovedafsnittet *Teoretisk ramme* side 37.

Overordnet er motivation den funktion i mennesket, der er baggrunden for at mennesket starter på, opretholder og retter sine handlinger imod at opnå et mål eller et eftertragtet stadie. Jeg arbejder med motivation ud fra Cultural Historical Activity Theory (CHAT) (Hedegaard 1995), der beskriver motivation som socialt og kulturelt bestemt. Kultur skal i denne sammenhæng forstås som et "[...] historically transmitted pattern of meanings embodied in symbols, a system of inherited conceptions expressed in symbolic forms by means of which men communicate, perpetuate, and develop their knowledge about and attitudes toward life" (Geertz 1973:89).

I forhold til engagement tager jeg udgangspunkt i Turner (2012), som argumenterer for at “technology is engaging and our response to it is to be involved (with it)”. Ifølge Turner findes der forskellige typer af engagement, såsom *kognitiv*, *emotional* og *æstetisk*. Disse forskellige typer af engagement har ikke meget tilfælles udover at de alle omhandler en menneskelig *involvement* i verdenen. Det overordnede syn på engagement bliver således et af *involvement-engagement* (Turner 2013). *Involvement-engagement* behøver ikke være fysisk, men kan også være mental. Verbeek (2002) påpeger at der netop er forskel på *exertion* (fysisk) og *meaningful* (mental eller følelsesmæssig) engagement.

Når jeg i mit spørgsmål arbejder med deltagende engagement ligger der altså i det, at det er en aktiv involvering i ULTRA Live, i form af børnenes investering af deres ressourcer i programmet. Med ressourcer mener jeg i denne sammenhæng de mentale (*meaningful*), da engagementet skal ske igennem en second screen. (Hvorvidt det er muligt at have et *exertion* engagement i et magasin-program igennem en second screen, er uden for denne undersøgelses fokusområde.) I hovedafsnittet *Relateret arbejde*, side 25, vil jeg yderligere forholde mig til hvordan mit engagementsbegreb bygger på og lægger sig op ad, den eksisterende forskning om engagement under interaktionsdesignfeltet.

Igennem tanken om interaktive virkemidler er det altså formålet med mit spørgsmål, at finde ud af hvordan en second screen-applikation kan designes til at motivere tweens til et *meaningful* engagement i et live magasin-program.

Live magasin-program og ULTRA Live

I afsnittet *Tv-programmers karakter* side 23, argumenterer jeg for at tv-programmernes karakter har en betydning for, hvordan det giver mening at forsøge at skabe et deltagende engagement. Tweens' motivation for engagement i tv-programmer kan altså ikke skæres over en kam, men må behandles individuelt. Mit spørgsmål omhandler derfor specifikt tweens' motivation for deltagende engagement i et live magasin-program.

ULTRA Live er ifølge deres eget udsagn et live magasin-program (Bilag 3 min. 03:45) og er karakteriseret ved at have en række indslag af forskellig art. Indslagene kan være konkurrencer, korte portrætter, debatter, anmeldelser osv. Ofte har programmet en vært til at binde de forskellige indslag sammen til en sammenhængende udsendelse. I live magasin-programmer er det naturligvis muligt at have en direkte interaktion med programmet. Indslag i programmet kan derfor også være baseret på seernes input, som ved interview af en kendt gæst ud fra seer-genererede spørgsmål.

På DR ULTRA er der et ønske om at have et program, som er kanalens vindue (Bilag 4 min. 05:31). ULTRA Live er dette program. Programmet bliver sendt fra et studie i Aarhus hvor værten Sofie Østergaard og et børnepanel diskutere ugens tema og snakker med de eventuelle gæster. I programmet er der en række indslag,

som relaterer sig til andre programmer på kanalen, for netop at skabe indtrykket af at være kanalens vindue. Udover at være kanalens vindue har DR også et ønske om at ULTRA Live skal have direkte kontakt til programmets seere, hvilket i skrivende stund basere sig på en modereret chat på programmets hjemmeside. I løbet af programmet chatter den kendte gæst og børnepanelet med børnene i hjemmet omkring ugens emne. DR ULTRA har en målgruppe på 7-12 årige børn, hvilket i følge deres eget udsagn betyder at de primært sigter efter 10-12 årige. (Bilag 4 min. 24:17).

I DR's ønske om at have direkte kontakt til børnene i hjemmet ligger der, at de gerne vil have et deltagende engagement fra børnene. Et sådan engagement kan og bliver skabt af flere elementer. ULTRA Live bliver tilrettelagt så det opfordrer børnene til at engagere sig, hvilket blandt andet sker igennem de valgte temaer. Ligeledes kan den rette vært og de rigtige indslag også være med til at skabe et engagement hos seerne.

Den direkte kontakt der kan skabes via en second screen, er også en motiverende faktor for engagement. I sammenhæng med dette er det min påstand, at de rette interaktive virkemidler på en second screen-applikation, kan være med til at opfordre til et deltagende engagement hos tweens.

Det sidste jeg mangler at afklare i denne afgrænsning af mit spørgsmål er således, hvad jeg mener med *interaktive virkemidler*.

Interaktive virkemidler som begreb

Udgangspunktet i mit spørgsmål er altså, at interaktive virkemidler på en second screen kan motivere tweens til et deltagende engagement i et live magasin-program. Et interaktivt virkemiddel er et koncept for, hvordan det *interaktive gestalt* (Lim et. al. 2007) kan designes, så det er 'ladet' med et *æstetisk potentiale* (Krogh & Petersen 2009), som det er op til brugeren at realisere eller fravælge.

Tankerne om et *interaktivt gestalt* og et *æstetisk potentiale*, bygger på en bestemt forståelse af hvad teknologi er og på hvilket forhold der er imellem mennesker og maskiner. Før jeg kan arbejde videre med ideen om *interaktive virkemidler* ud fra disse begreber, er jeg nødt til at belyse den generelle forståelse, af teknologi og interaktiv teknologi som ligger bag.

Teknologi er et kulturel fænomen

I dette speciale arbejder jeg ud fra, at teknologi er socialt og kulturelt konstitueret af den kultur som producerer den. I den krystalisering som et enkelt teknologisk artefakt udgør, ligger der en mængde kulturelle antagelser omkring hvordan verdenen hænger sammen og hvad der udgør meningsfyldte handlinger. Teknologi kan eksempelvis være ladet med en bestemt politiske holdning, i kraft af de

handlinger det er muligt at lave ved hjælp af teknologien. (MacKenszie & Wajcman 1999)

Teknologi påvirker mennesket i en bestemt retning. I Ihdes (1990) terminologi sker dette fordi teknologi *medierer* vores interaktion med verdenen. Forskellige teknologier har forskellige karakteristika, der påvirker den måde vi både udtrykker os til andre og oplever verdenen på. En teknologi kan på den måde være ladet med et bestemt potentiale, som det er op til brugeren at realisere eller fravælge. Eksempelvis har forskellene i karakteristika imellem en fyldepen og et tekstbehandlingsprogram, betydning for hvordan mennesker bruger skriftsproget. Da det går hurtigere at skrive på computer, kommer skriftsproget lettere til at minde om talesprog. (Ihde 1990:72-77) De to teknologier har forskellig ladning, som bliver realiseret igennem deres brug. Men på trods af ladningen er det op til brugeren at realisere det enkelte udtryk. En person der skriver i et tekstbehandlingsprogram kan eksempelvis bevidst vælge at skrive i et formelt sprog, selvom teknologien er ladet imod en stil der minder om talesprog.

Da mit spørgsmål omhandler design af et teknologisk artefakt, betyder det at jeg for det første skal tage højde for den kulturelle sammenhæng jeg arbejder inden for. For at brugerne af en second screen skal kunne forstå de handlinger der er muligt at lave med denne teknologi, skal handlingerne give mening inden for deres kultur. En del af opgaven i at besvare mit spørgsmål, bliver således at forstå den kultur som børnene i min case tilhører. (I praksis kommer dette til udtryk ved at jeg lavede to workshops med tweens. Dette vil jeg beskrive nærmere i metodeafsnittet, side 29) For det andet betyder det, at en interaktionsdesigner som designer en second screen-applikation med specifikke karakteristika – dvs. bestemte interaktive virkemidler – kan lade applikationen med et potentiale for at skabe et deltagende engagement hos tweens.

Æstetisk potentiale

Overordnet set er teknologi altså et kulturelt fænomen, men inden for denne forståelsesramme findes der yderligere forskellige perspektiver på hvad forholdet imellem mennesker og maskiner er. Iversen et. al. (2003) identificere *system*-, *værktøjs*-, *dialog partner*- og *mediaperspektivet* i faglitteraturen. (I henhold til specialets fokus og omfang vil jeg undlade at redegøre for disse.) Yderligere argumentere de også for tilføjelsen af det *æstetiske* perspektiv.

Tanken om en æstetisk interaktion bygger på den ide, at et menneske kan gennemgå en mental udvikling i kraft af interaktionen med en maskine – som i *æstetisk erfaringsdannelse* (Nielsen 2007). Interaktionen med et system kan opfordre et mennesket til at reflektere over verdenen, hvilket kan lede til nye erfaringer eller ny forståelse (Iversen et. al. 2003; Petersen et. al 2004). I Krogh & Petersens (2009) terminologi sker dette ved at et artefaktet har et *æstetisk potentiale*. En designer kan, igennem en forståelse for interaktionsdesign og brugerens kontekst, *lade* artefaktet med et bestemt *potentiale*, som opfordrer til en

bestemt oplevelse. Det er dog stadig op til brugeren at realisere potentialet igennem dennes interaktion med artefaktet. At potentialet kan have en æstetisk karakter, hvilket ligger i forlængelse af forståelsen af *teknologi som oplevelse* (*Technology as Experince*) (McCarthy & Wright 2004).

I perspektivet på *technology as experince* er der også en forståelse af, at det ikke er muligt at kontrollere den oplevelse som brugeren har. Oplevelsen er altid subjektiv for den enkelte bruger og den er ikke nødvendigvis den samme da brugerne ikke har den samme baggrund eller måder at ræsonnere på. At designe et system som skal motivere til engagement er et *wicked problem* (Buchanan 1992), men på trods af dette er det antagelsen, at visse konstruktioner af et interaktiv system vil kunne lade systemet med et *æstetisk potentiale*.

Set ud fra et seer-perspektiv vil det være naturligt at anlægge et syn på second screens som *technology as experience*. Brugen af second screens må primært betragtes som underholdning, men i ULTRA Lives tilfælde ligger deres ønsker ikke udelukkende under underholdningskategorien. Underholdning er naturligvis vigtigt for DR, men deres ønske om at have et deltagende engagement, er et udtryk for, at de vil mere end bare at underholde. Min påstand om, at interaktive virkemidler på en second screen vil kunne motivere til engagement, bliver i kraft af DR's ønsker, derfor et spørgsmål om at konstruere det *interaktive gestalt* (se næste underafsnit) på en sådan måde at brugeroplevelsen har en æstetisk karakter, der opfordrer seerne til at engagere sig i programmet.

I denne undersøgelse hænger engagement og motivation altså sammen med et æstetisk og oplevelsesorienteret perspektiv på interaktion og teknologi. Bestemte 'konstruktioner' af interaktionen vil kunne opfordre børnene til at engagere sig på en bestemt måde. Det sidste jeg mangler at adressere for at forklare tanken bag *interaktive virkemidler*, er således hvad det vil sige at lave en bestemt konstruktion af interaktionen. Til dette vil jeg støtte mig op af ideen om det *interaktive gestalt*.

Det interaktiv gestalt

En æstetisk oplevelse kan ske ud fra et inaktivt objekt, såsom et kunstværk, hvor det er den fysiske udformning og situationen der opfordrer til en æstetisk oplevelse. Ved et second screen system på en tablet pc, er det ikke alene den fysiske udformning af enheden der opfordrer. Her kan udformningen af interaktionen også opfordre til en æstetisk oplevelse. For bedre at kunne arbejde med *æstetisk interaktion* foreslår Lim et. al. (2007) begrebet *interaction gestalt*, som et emergerende fænomen der opstår imellem mennesket og det interaktive artefakt. De skriver:

We believe that existing approaches without the notion of the interaction gestalt have a large gap between *use qualities* and *artifact properties* which designers need to bridge. (Lim et. al. 2007:246)

De mener altså at tanken om et *interaktions gestalt* kan gøre det lettere for designere at italesætte de konstruktioner af interaktionen som opfordre til en bestemt brugeroplevelse, uden at basere det på de fysiske egenskaber ved et interaktivt system. Oplevelsen af gestaltet er stadig subjektivt for den enkelte bruger, som selv giver mening til interaktionen, men samtidig er gestaltet rammesættende, i relation til den oplevelse brugeren kan få igennem interaktionen. Gestaltets udformning er forslagsstillende i forhold til den forståelse som brugeren danner ud fra interaktionen.

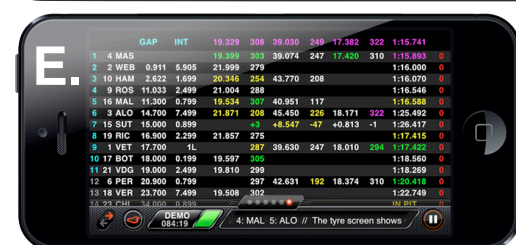
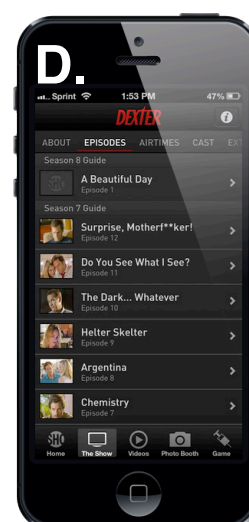
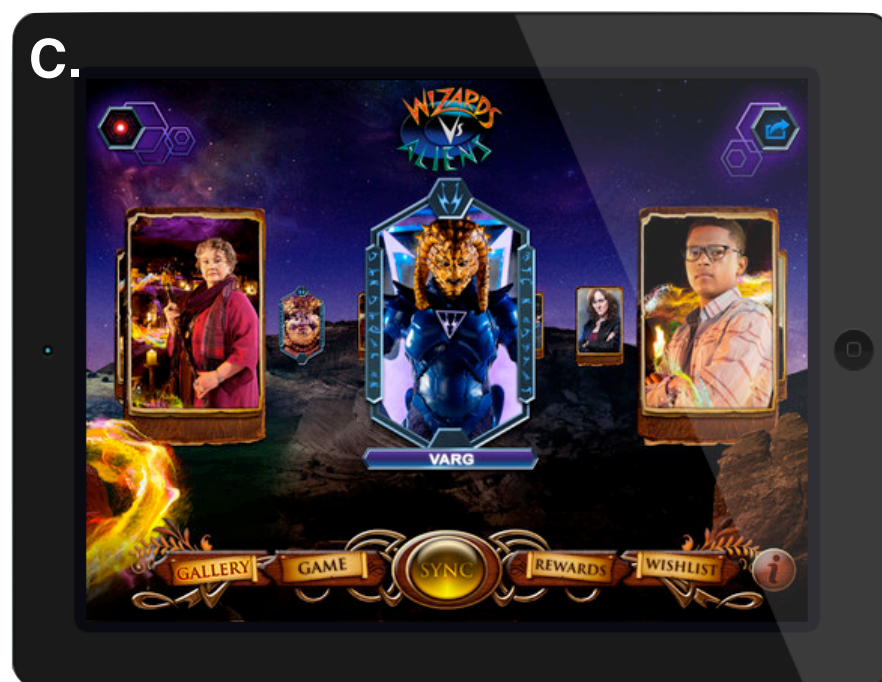
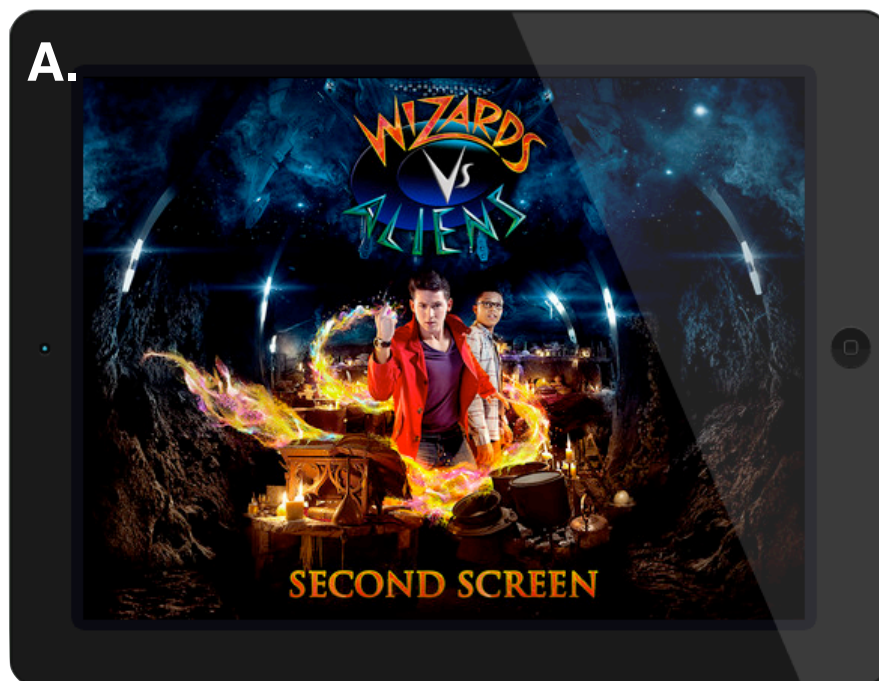
Kendetegnende for det *interaktive gestalt* er også at det er dynamisk og kan ændre stadie i løbet af en brugers interaktionen med et system (Lim et. al. 2007). Löwgren & Stolterman (2006) beskriver netop dette i deres forklaring af *dynamisk gestalt*, hvilket er deres måde at italesætte det *interaktive gestalt* på.

“Digital artifacts are every bit as temporal as they are spatial. In order to perceive the whole, or the *dynamic gestalt*, of a digital artifact, we need to experience it as a process, which is to say that we need to try it.” (Löwgren & Stolterman 2006:137)

Det *interaktive gestaltet* er ikke et fænomen som eksisterer i verdenen for sig selv, men i stedet et fænomen som emergerer igennem menneskers interaktion med interaktive artefakter. Ved at arbejde med tanken om et *interaktivt gestalt* er det muligt at arbejde med *interaktive virkemidler* som specifikke konstruktioner i gestaltet.

Interaktive virkemidler er på den måde også emergerende fænomener, som er ladet med et *æstetisk potentiale* til at kunne opfordre brugeren til at have ‘virke-trang’. Mit arbejde med second screens tager altså udgangspunkt i, at det er meningsfyldt at arbejde med *interaktive virkemidler* og at virkemidlerne er abstrakte koncepter for hvordan en designer kan lade det *interaktive gestalt*. I stedet for at forsøge at arbejde med basale interaktive attributter, såsom scrolling, har jeg fundet det mere givtigt at arbejde med koncepter som ikke beskriver den praktiske udformning, men i stedet beskriver målet med at lave en bestemt udformning.

Interaktive virkemidler som begreb er sammenlignelig med Dalsgaard & Dindlers (2009) arbejde med *means of engagement*, hvormed de beskrive “the particular constructs that are intentionally shaped through design to mediate our engagement in the world.” (Dildler og Dalsgaard 2009:2). Som et eksempel på *means of engagement* beskriver de konceptet *peepholes*, hvor ideen om et fysisk kighul kan overføres til en interaktiv enhed. Tanken er, at et *peephole* kun lader brugeren ‘se’ et begrænset udsnit af et interaktivt system, hvilket ifølge Dalsgaard & Dindler vil opfordre til et engagement hos brugeren. Tanken om *means of engagement* er altså også en måde at italesætte, dét at en designer kan lade et artefakt med et *æstetisk potentiale* via en bestemt udformning af det *interaktive gestalt*. I deres eksempel trækker den konkrete udformning af gestaltet altså på *peepholes* som koncept.



02. Eksempler på second screen-applikationer

A. Wizards vs. Aliens: Startskærm.

B. Dexter appikation: Startskærm.

C. Wizards vs. Aliens: Galleri over karakterer i serien.

D. Dexter appikation: Oversigt af episoder af Dexter serien.

E. F1 timing app: Statistisk information om racernes position i løbet.

F. F1 timing app: Grafisk repræsentation af racernes position på banen.

Et *interaktivt virkemiddel* er altså ikke en konkret beskrivelse af en funktionalitet, som kan implementeres i et system, men i stedet en ide som kan implementeres på forskellige måder. Yderligere er et virkemiddel begrænset af, at brugeroplevelsen ikke kan styres, da denne er afhængig af brugerens kulturelle historik. Virkemidlet er alene forslagsstillende.

Dette betyder at jeg i mit spørgsmål arbejder ud fra tanken om, at det *interaktive gestalt* kan designes så det er ladet med et *æstetisk potentiale*, som – hvis realiseret – vil motivere tweens til at engagere sig i et live magasin-program.

Fremadrettet betyder det for min undersøgelse, at jeg skal forsøge at etablere en forståelse for tweens' motivation for engagement, så jeg kan komme frem til en række virkemidler, som hænger sammen med tweens' motivation. (Hvordan jeg gør dette bliver uddybet i metodeafsnittet, side 29) Yderligere skal børnene specifikt motiveres til at engagere sig i et live magasin-program. Som jeg vil argumentere for i det følgende afsnit, er programmets karakter rammesættende for hvordan en second screen-applikation kan engagere seeren. Det er derfor også vigtigt for mig at finde ud af, hvordan ULTRA Live gerne vil engagere tweens. (DR' s ønsker for engagement vil jeg arbejde med i hovedafsnittet *Deltagelse i ULTRA Live*, side 41)

Tv-programmers karakter

Som jeg indledningsvist beskrev er der mange forskellige forslag til, hvordan fjernsynsmediet skal udvikle sig. De mange muligheder for hvordan brugen af fjernsynet kan ændres, stritter i mange forskellige retninger. Dette skyldes blandt andet at de programmer som historisk er blevet holdt sammen af teknologiske begrænsninger til ét mediet – dvs. fjernsynet – har meget forskellig karakter og fordrer meget forskelligt engagement (Geets et. al. 2008). Ved live udsendelser som sportsbegivenheder er det eksempelvis oplagt at have en applikation, som kan vise statistik eller give en anden synsvinkel end fjernsynet. Second Screen-Aplikationen F1 timing app⁴ (Figur 2E & 2F) gør netop dette. Her kan seeren både få et overblik over løbet og realtidsstatistik, ved siden af det kuraterede Formel 1 løb på fjernsynet.

Tv-serier har en anden karakter. Her giver det ikke mening med statistik, men i stedet er ekstra information eller sociale funktioner mere oplagte. Den amerikanske dramaserie Dexter har eksempelvis en *companion applikation*⁵ (Figur 2B & 2D). På applikationen kan brugerne se trailers for de næste afsnit og diskutere det de finder interessant ved historierne. Her er det formålet at give seerne mere af Dexter-universet, så de kan forblive engageret. Seerne kan bruge

⁴ <http://www.softpauer.com/f1site/>

⁵ <http://www.sho.com/sho/dexter/extras>

Dexter applikationen *synkront*, imens de ser serien, men også før og efter, så det på den måde ikke udelukkende er tænkt som en *second screen oplevelse*.

Målgruppen for programmerne er naturligvis med til at forme programmernes udtryk. En second screen-applikation til børneprogrammer vil skulle arbejde med andre funktionaliteter end en applikation til voksenprogrammer. Companion applikationen (Figur 2A & 2C) til den britiske serie Wizards vs. Aliens, har eksempelvis et meget mere legende interface end Dexter applikationen har. Her er der yderligere et spilelement som sandsynligvis vil være mere engagerende for børn end et diskussionsforum. Formålet med denne second screen-applikation er dog stadig at øge børnenes engagement i seriens univers.

Til forskel fra programmer med live-indhold, har skaberne af applikationer til forudproducerede programmer (som i Dexter og Wizards vs. Aliens applikationer), mulighed for at vide præcis hvad der sker i løbet af programmet. I Wizards vs. Aliens applikationen kan brugeren af systemet synkronisere indholdet på den sekundære skærm til et bestemt afsnit af serien. På denne måde er koblingen imellem de to skærme stærkere end i Dexter applikationen, da udviklingen er forbundet over tid. De enkelte tv-programmes natur er altså toneangivende for, hvordan det giver mening at konstruere et second screen system.

For min undersøgelse betyder det ovenstående, at det er nødvendigt for mig at forholde mig til hvilken karakter ULTRA Live har som tv-program. I stedet for at lave en analyse af udsendelserne valgte jeg at interviewe tre udvalgte personer på DR ULTRA omkring ULTRA Live og deres ønsker for deltagende engagement.

Før jeg i metodeafsnittet (side 29) går i dybden med hvordan jeg valgte at designe min undersøgelse, vil jeg imidlertid først belyse det forskningsarbejde som relaterer sig til min undersøgelse. Da mit spørgsmål omhandler en meget lille del af second screen feltet, er det vigtigt at jeg relaterer mit arbejde til den eksisterende forskning, så det på den måde kan bidrage til en større sammenhæng. Min redegørelse for det relaterede arbejde danner grundlag for min diskussion, side 71, om netop dette.

Ved at redegøre for det relaterede arbejde nu, vil læseren bedre kunne se mit arbejde i en kontekst, når jeg i min analyse del – dvs. hovedafsnittene *Deltagelse i ULTRA Live*, *Motivation i praksis* samt *Interaktive virkemidler* – argumenterer for og fremlægger mine resultater.

RELATERET ARBEJDE

Som antydnet i afsnittet *Afgrænsning* side 14 står mit arbejde med second screens, motivation og engagement ikke alene. Min undersøgelse forholder sig til forskning inden for socialTV, second screens, interaktionsdesign og engagement på interaktive enheder. Det følgende er en afdækning af hvordan dette arbejde er relateret til min undersøgelse og tjener derigennem også til en indledende positionering af mit arbejde. I diskussionen (side 71) genoptager jeg denne tråd og forholder mine resultater til det eksisterende arbejde.

Overordnet ligger min undersøgelse under interaktionsdesignfeltet. Formålet med min undersøgelse er at udforske interaktionen på en second screen, i sammenhæng med tweens' motivation for engagement. Det vil altså sige at jeg under interaktionsdesignfeltet arbejder med den delmængde som er overlappet imellem *motivation og engagement* samt *second screens*. Min påstand er imidlertid at der i dette krydsfelt, ikke eksisterer noget forskning som er fremadrettet. Forstået på den måde, at den forskning der eksisterer omkring second screens og motivation (Doughty et. al. 2012) er bagudskuende og analyserer på eksisterende brug. Herimod er mit speciale et forsøg på at undersøge en mulig fremtid, for derigennem at generere information til interaktionsdesign. Mit arbejde er et forsøg på at informere interaktionsdesign i højere grad, end det er et forsøg på at forstå eksisterende brug af interaktive artefakter.

I det følgende vil jeg derfor redegøre for den forskning, der findes under felterne: 1) *motivation og engagement* og 2) *second screens*, relaterer sig til min undersøgelse. Hvilket altså vil sige, den forskning inden for disse felter som samtidig hører under interaktionsdesignfeltet. Løbende vil jeg klargøre, hvordan jeg bygger på eller positionerer mig ved siden af forskningen.

Engagement og motivation i interaktionsdesignfeltet

Dindler (2010) har arbejdet med engagement i sammenhæng med interaktive udstillinger i en museums kontekst og bruger begrebet *participatory engagement*, hvorved han beskriver et “[...] overarching perspective for understanding how people invest their time, skill, and resources in interactive environments.” (Dindler 2010:102). Med dette gør han os opmærksomme på, at mennesker er aktive individer, der er involveret i deres omgivelser igennem deres engagement. Mit engagementsbegreb lægger sig således op af Dindlers idet de begge tager udgangspunkt i, at mennesker investerer deres ressourcer i de givne situationer. Dindler bruger *participatory* begrebet i stedet for *involvement*, og italesætter altså den menneskelige *investering* som *deltagelse*. Med dette har han et skærpet fokus på det sociale perspektiv af engagement, idet *deltagelse* forudsætter at andre mennesker også er tilstede i situationen. I mit arbejde med engagement vil der også være et stort fokus på det sociale, da det basalt set handler om interaktion imellem børnene i hjemmet og personerne i ULTRA Live. I den forståelse arbejder jeg ud fra Dindlers engagementsbegreb.

RELATERET
ARBEJDE

025

I samarbejde med Dalsgaard – som nævnt i afsnittet *Det interaktivt gestalt* side 20 – arbejder Dindler (Dalsgaard & Dindler 2009) yderligere med ideen om *means of engagement*. Herved mener de altså, at en bestemt konstruktion af et interaktivt system kan opfordre mennesker til at engagere sig på en bestemt måde i verdenen. Ligesom dem mener jeg også at interaktionen med et system kan opfordre til engagement, og her bruger jeg motivationsbegrebet til at italesætte denne opfordring. I dette arbejde ligger der underforstået, at engagement er et stadie et menneske kan befinde sig på, eller en samling af handlinger, som er rettet mod et mål. Med udgangspunkt i denne betragtning arbejder Dalsgaard et. al. (2011) med *the dynamics of engagement* i forhold til det offentlige rum. De definerer engagement som et perspektiv på interaktion snarere end en enhed i sig selv og forklarer hvordan engagement udfolder sig, igennem interaktion med et interaktivt system, via et fokus på *kulturen, det fysiske, indholdet og det sociale*. De forklarer således engagement som de emergerende, transformerende og relationelle forhold der er imellem disse fire elementer. Som Dalsgaard et. al. betragter jeg også engagement som et dynamisk fænomen, omend jeg i mit spørgsmål ikke direkte adresserer det dynamiske aspekt.

Van Dijk et. al. (2012) arbejder med motivation i en museums kontekst, og forsøger at sammenligne underholdningsværdien af et interaktivt system, som enten er personaliseret eller generisk. De mener ikke at finde nogen forskel på underholdningsniveauet imellem de to, men konkluderer dog at individer som bruger systemet anden gang, syntes at det er mere underholdende og er derfor mere motiverede til at engagere sig. Van Dijk et. al. arbejder altså med et motivationsbegreb, som baserer sig på hvor underholdte museumsgæster har følt sig. Modsat dette arbejder jeg med motivation ud fra Cultural Historical Activity

Theory, og baserer min empiriske undersøgelse af tweens' motivation på denne teoretiske ramme.

Stenild & Iversen (2012) arbejder med motivation i henhold til engagement i en it-baseret undervisningssituation og forstår begge ud fra Cultural Historical Activity Theory. I samme bane arbejder Dindler og Iversen (2009) med motivation i et museumsrum, i forhold til at skabe engagement, ved at lave forbindelser imellem hverdagslivet og kulturarvsformidlingen. Mit motivationsbegreb er sammenligneligt med begge af deres, men hvor de arbejder med motivation i sammenhæng med en indlæringsaktivitet i skolen og museet, arbejder jeg med motivation i forhold til en underholdnings- eller fritidsaktivitet i hjemmet. Mit arbejde lægger sig ved siden af deres i henhold til formålet med at bruge motivationsbegrebet, men stadig ud fra samme teoretiske ramme.

Den måde jeg arbejder med *engagement* på er sammenlignelig med Dalsgaard & Dindler (2009) samt Dindler (2010) men i koblingen med motivationsbegrebet, adskiller mit arbejde sig fra deres. Mit arbejde er tæt knyttet til Stenild & Iversens arbejde, da jeg også bruger CHAT til at forstå børns motivation. Der hvor mit arbejde i særdeleshed adskiller sig fra det ovenstående, er i forhold til konteksten. Hvor den ovenstående forskning afdækker engagement og motivation i en læringskontekst, arbejder min undersøgelse med begreberne i en underholdningskontekst – dvs. i second screen brugen. Som jeg i det følgende afsnit vil præsentere, er der forsket i brugen af second screens, men ikke i relation til interaktionsdesign af en second screen-applikation.

Forskning i second screen

Det eksisterende forskning der arbejder ud fra den samme forståelse for second screens som jeg har, omhandler hovedsageligt seernes brug af twitter. Twitter har potentialet til at give en second screen oplevelse, selvom det ikke er en decideret second screen-applikation. Servicen er facilitator for diskussioner om tv-programmer, hvor seere kan knytte deres input til den relevante diskussion ved hjælp af hash-tags⁶. Forskningen om denne brug af twitter retter sig imod undersøgelser af netværksstrukturen og betydningen af indflydelsesrige brugere. (for eksempler se: Doughty et. al. 2012; Narasimhan & Vasudevan 2012; Lochrie & Coulton 2012). Undersøgelserne er foretaget ud fra et netværksanalytisk perspektiv, hvor fokus er på hvordan second screens muliggør en social tv-oplevelse på trods af geografisk forskellige lokationer.

Doughty et. al. (2012) arbejder med *motivation* ved at analysere forskellen imellem hvordan mennesker tweeter og retweeter omkring to tv-programmer og konkluderer at folk sandsynligvis har forskellige motiver for at bruge twitter i

⁶ Et hash-tags er nummertegnet efterfulgt af et identificerende ord.

sammenhæng med fjernsynet. Selvom de har en anden metodisk tilgang til at arbejde med motivation, arbejder de med samme forståelse for second screens som jeg gør. De afdækker i en case-analyse, hvordan brugere bliver påvirket af andre brugere igennem en interaktion på en second screen.

Twitters åbne API⁷ gør det let at udtrække analyserbar data, hvilket givetvis er grunden til det store fokus på twitters facilitering af second screen oplevelser og på brugerens indbyrdes indflydelse i netværket. Socialiseringsdelen af seeroplevelsen er også blevet undersøgt, men dog uden tilstedeværelsen af en second screen (Mantzari et. al. 2008; Mitchell et. al. 2010; Ducheneaut 2008). Her er fokus i stedet på udviklingen af applikationer til den primære skærm, hvor der arbejdes med at integrere socialiserings funktionaliteter i fjernsynet. Mantzari et. al (2008) laver en undersøgelse af hvilke sociale funktioner fjernsynet vil kunne understøtte for det enkelte individ og kommer frem til at "it incorporates the abilities to serve as a medium of self-expression, communication, socialization and involvement with community." (Mantzari 2008:83).

Igennem den ovenstående forskning er det altså afdækket at mennesker gerne vil være sociale og engagere sig i det de ser på fjernsynet. Samtidig er det afdækket hvordan børns motivation i en læringskontekst tager form. Det der står tilbage at undersøge er, hvordan børns motivation for engagement tager form i en underholdningssituation, når dette foregår igennem en second screen. Samtidig mangler der også at blive undersøgt, hvilken betydning interaktionsdesignet på second screens har. Dette tager i min undersøgelse form som spørgsmålet om hvordan det interaktive gestalt på en second screen kan designes, så det er ladet med et æstetisk potentiale, der vil motivere tweens til engagement. I det følgende metodeafsnit vil jeg redegøre for hvordan jeg har grebet dette spørgsmål an.

⁷ Et Application Programmer Interface (API) gør det muligt for programmører at trække data ud fra eksempelvis twitter.

METODE

Det er ikke et udbredt fænomen at tweens bruger second screens i Danmark, hvilket besværliggør et case-studie. Et case-studie af en eksisterende second screen-applikation vil yderligere ikke relaterer sig direkte til min case – altså ULTRA Live. I stedet for at lave et case-studie har jeg derfor valgt at gøre brug af tankerne bag *constructive design research* (Koskinen et. al. 2011) for derigennem at give et bud på interaktive virkemidler som relaterer sig til ULTRA Live.

Dette metodeafsnit er en afdækning af designet af min undersøgelse, en gennemgang af de brugte metodiske tilgange, en belysning af hvilken indflydelse tilgangene har, på det resultat jeg kommer frem til og slutteligt en afdækning af hvordan jeg har indsamlet data og lavet databehandling.

Undersøgelsens design

I første omgang er spørgsmålet, hvordan jeg kan komme til at svare på et spørgsmål, der omhandler et fænomen, som ikke er udbredt endnu. For at kunne gøre dette har jeg opdelt mit spørgsmål i tre underspørgsmål, som tilsammen besvare mit hoverspørgsmål:

- **Hvad er et deltagende engagement for DR?**
- **Hvad motiverer tweens til at engagere sig på den måde som DR ønsker?**
- **Hvordan kan interaktive virkemidler konstrueres så de bygger på de motiverende faktorer?**

Disse tre underspørgsmål er forskellige i deres karakter, idet de to første omhandler studier af ting som allerede “eksisterer” i verdenen, hvor det sidste

INTERVIEWS
Deltagende engagement



WORKSHOP I
Motivation



WORKSHOP II
Interaktive virkemidler

omhandler design af noget der ikke eksisterer. De to første spørgsmål kan jeg altså behandle igennem kvalitative undersøgelser.

Som jeg tidligere beskrev har tv-programmets karakter indflydelse på hvordan det giver mening at tilkoble en second screen. I min undersøgelse har dette betydning for hvordan et deltagende engagement ser ud, da det kan have forskellig form fra program til program. I første omgang er det derfor nødvendigt at undersøge hvorfor ULTRA Live ønsker at gøre brug af en second screen og hvad et deltagende engagement er for dem. Dette kan jeg undersøge ved at lave interviews med personer, som står bag magasin-programmet.

I forhold til at undersøge motivation for engagement hos tweens skriver Hedegaard (1995) samt Stenild & Iversen (2012), at motiver går tværs af børnenes liv. De skelner imellem *motivation* som situeret i situationer og *motiver* som tværsituationelle, hvilket jeg vil behandle yderligere i afsnittet *Motiver og motivation* side 39. Det vil sige, at jeg kan lave en kvalitativ undersøgelse af motivation for tweens i forhold et andet fænomen, for derefter at bruge de opnåede resultater til at informere en undersøgelse af de interaktive virkemidler. Jeg har derfor afholdt en workshop (I) med 7 børn omkring deres motivation for at engagere sig i interesser de selv havde udvalgt. Den metodiske tilgang til dette, vil jeg behandle yderligere i afsnittet *Kvalitative undersøgelser* på side 33 og en beskrivelse af workshoppen er at finde på side 47 afsnit *Workshop I - Smileyrapport*. Yderligere har jeg støttet mig til den teoretiske forståelse for motivation som findes i CHAT. Ud fra teoristudier og studier af det relaterede arbejde har jeg altså haft et udgangspunkt til at forstå børnenes motivation.

De første to undersøgelsespåstande kan jeg altså undersøge igennem eksisterende praksis, imens sidste spørgsmål er en fremskrivning af virkeligheden. Hasle (2010:16) påpeger at "The users' future needs, or latent needs, or unacknowledged needs are not out there waiting to be revealed." Et behov for specifikke karakteristika ved en second screens kan jeg altså ikke gå ud og undersøge, da det ikke eksisterer. I stedet skal jeg i Hasles (2010) terminologi *øve mig på fremtiden*, sammen med tweens, for derigennem at blive klogere på de vigtige aspekter af interaktionen med en second screen. Min undersøgelse af interaktive virkemidler på en second screen, tager derfor udgangspunkt i tankerne bag Constructive Design Research (Koskinen et. al. 2011) og tager form som endnu en workshop (II). Constructive Design Research som metodisk tilgang behandler jeg yderligere i afsnittet af samme navn, side 34, og workshopkens konkrete udformning beskriver på side 55, afsnit *Workshop II - At øve sig på fremtiden*.

Med dette undersøgelsesdesign (illustreret på figur 3,) mener jeg at kunne give et kvalificeret bud på et antal interaktive virkemidler på en second screen, som vil motivere tweens til engagement i et live magasinprogram. Interviews omkring deltagende engagement i ULTRA Live, gør min undersøgelse af børns motivation, i workshop I, mere fokuseret. Begge dele gør min undersøgelse af

interaktive virkemidler i workshop II, mere konkret og skaber fundamentet for mit constructive design research. I praksis er mit undersøgelse ikke så skarpt opdelt som illustreret på figur 3, da jeg eksempelvis også i workshop II får indsigt i børnenes motivation for engagement. Figur 3 er meget forsimplet og har kun til formål at vise den overordnede design.

Socialkonstruktivisme

Den måde jeg har designet min undersøgelse på, er et udtryk for min generelle tilgang til hvordan mennesker kan generere viden. Det svar jeg kommer frem til, kan have forskellig karakter, alt efter hvilken overordnet tilgang jeg har i min undersøgelses metode. Creswell vælger at betegne dette som *worldview*, og beskriver det som et basalt sæt af overbevisninger som guider handling. Han beskriver at andre har kaldt det paradigme eller epistemologi (Creswell 2009:6). Det worldview jeg arbejder ud fra, beskriver Creswell som *the social constructivist worldview*. Den basale antagelse i socialkonstruktivisme er at alt *mening* og *viden* er lavet af og imellem mennesker. Der er ikke, som i en naturvidenskabelig tilgang, fokus på naturlove eller statistiske sandsynligheder. I stedet er der fokus på at undersøge de subjektive meninger som individer skaber i deres interaktion med deres omverden. Individer skaber deres egen forståelse af hvordan verdenen hænger sammen, og denne forståelse tager udgangspunkt i den sociale sammenhæng individet befinder sig i. Mening bliver forhandlet imellem de enkelte individer i en kulturel kontekst. Dette skal dog ikke forstås således, at det enkelte menneske nødvendigvis har de samme meninger som individerne i dennes omgangskreds. Det enkelte menneske er stadig fri til at have andre meninger, således at to personer kan være uenige om et emne. De to forskellige holdninger er dog stadig konstruerede i en social kontekst, som blot ikke er homogen i en større sammenhæng.

Med et udgangspunkt som dette, betyder det at jeg vil forsøge at undersøge de relevante personers holdninger og ræsonnementer i forhold til de enkelte dele af mit spørgsmål. Creswell skriver at forskere som har dette udgangspunkt forsøger at “[...] make sense of (or interpret) the meanings others have about the world.” (Creswell 2009:8). Dette er også udgangspunktet for min undersøgelse, hvilket er grunden til at jeg laver kvalitative undersøgelser. Socialkonstruktivisme er en tilgang som typisk hænger sammen med kvalitative metoder, da disse metoder netop vægter den menneskelige meningsdannelse frem for generalisering og statistisk signifikans, som er kutymen indenfor kvantitative undersøgelser.

I en socialkonstruktivistisk forståelse af verdenen, ligger der for mig også implicit en nødvendighed i at være bevidst om min egen socialkonstruerede måde at danne mening på. Som undersøger er jeg ikke en udenforstående objektiv observatør, men også ‘begrænset’ af min egen måde at give mening til en situation. Min egen baggrund og erfaringer er rammesættende for den måde jeg forstår verdenen på.

(Creswell 2009:8) Når jeg således undersøger hvilke interaktive virkemidler på en second screen, som motiverer tweens til at engagere sig i et live magasin-program, kan det kun blive igennem min egen måde at give mening til situationer og sammenhænge. Ved at være bevidst om dette kan jeg, hvis ikke overkomme så imødekomme dette faktum og på den måde give læseren et mere nuanceret billede af mine resultater.

Udover min egen rolle i undersøgelsen, har den socialkonstruktivistiske tilgang også betydning for hvilken type resultat jeg kan komme frem til. Idet jeg tager udgangspunkt i interviews og workshops som er kvalitative, kommer min konklusion også til at være kvalitativ. Jeg kan ikke lave udregninger af hvor valid og generaliserbare mine resultater er. I stedet kan jeg komme med et kvalificeret bud på virkemidler som vil motivere til engagement. Resultater som jeg kan argumentere for, ud fra mine undersøgelser.

Kvalitative undersøgelser

METODE

032

I stedet for at have et hypotetisk tv-program, har jeg kunne bruge ULTRA Live og deres reelt ønske om at have engagerede børn, til at rammesætte min undersøgelse. Dette rejser som beskrevet tidligere spørgsmålet om hvad deltagende engagement betyder for DR.

Derfor har jeg interviewet 3 af personerne, som er med til at sætte retningen for hvordan ULTRA Live skal se ud og hvor programmet skal bevæge sig hen i fremtiden. Ved at bruge en semi-struktureret interviewform (Flick 2006:149-169) hvor jeg stiller åbne spørgsmål, kan jeg få indsigt i deres ønsker for hvad børnene skal have ud af at se programmet. Ved ikke at have en fastlåst struktur af spørgsmålene, kan jeg bedre tage hånd om de eventuelle interessante punkter der måtte opstå i løbet af interviewene. Faren ved dette er at det er lettere at komme til at stille utilsigtede ledende spørgsmål. Medmindre ledende spørgsmål bruges som et bevidst greb til at teste interviewpersonens udtalelser, vil de yderligere forstærke det *asymmetriske magtforhold* som findes i interviewsituationer (Kvale & Brinkmann 2009:50-52).

Efter jeg har opbygget en forståelse for hvordan DR ønsker at engagere børnene, kan jeg herefter fokusere på hvad, der vil motivere tweens til at engagere sig på en sådan måde. Motivation for børn er allerede blevet undersøgt af flere, som jeg beskrev i hovedafsnittet *Relateret arbejde*, hvilket vil sige at jeg kan læse mig til en teoretisk forståelse for hvad der motivere børn. Da litteraturen primært arbejder med motivation på et abstrakt plan, er det imidlertid nødvendigt for mig at undersøge det i en konkret kontekst, så jeg har en hands-on erfaring med børns motivation. Ved at lave en workshop med tweens, kan jeg selv rette min undersøgelse af motivation imod mit emne og gøre mit motivationsbegreb operationel i henhold til min videre undersøgelse af interaktive virkemidler. For

dog at have en indgangsvinkel til motivation arbejder jeg med motivation som beskrev af El'konin (1971), Hedegaard (1995) og Stenild & Iversen (2012), hvilket altså vil sige ud fra Cultural Historical Activity Theory. Denne teoriramme arbejder med motivation som en social konstruktion, hvilket jeg vil belyse i hovedafsnittet *Teoretisk ramme*, side 37.

Jeg laver altså de kvalitative studier af engagement og motivation koblet med et teoretisk studie, for bedst at kunne applicere dette i min undersøgelse af hvordan et fremtidig second screen system til tweens skal se ud. Ved at basere mine resultater på DR's ønsker om engagement og et begrænset antal børns fortællinger om motivation, får jeg en meget konkret forståelse for begge begreber. Dog får jeg også en meget case-specifik forståelse. Dette er både styrken og svagheden ved kvalitative undersøgelser (Flick 2006:14-16). En case-specifik forståelse er meget konkret, hvilket gør det mere relevant at bruge i min videre undersøgelse, end en rent teoretisk forståelse ville være.

Constructive Design Research

Herefter er den næste udfordring at bruge min opbyggede forståelse for motivation for engagement, i sammenhæng med en undersøgelse der omhandlede et fænomen som jeg ikke kan lave et case-studie af. Hvordan kan jeg komme til at vide noget om et fænomen som ikke findes? Inden for interaktionsdesignfeltet er svaret på dette Constructive Design Research (herefter CDR) eller Research through Design (Frayling 1993; Zimmermann et. al 2007), alt efter hvor stort fokus der bliver lagt på den konstruerende del af processen. Tankerne bag CDR er, at en forsker kan generere ny viden om verdenen igennem designaktiviteten. På denne måde er det en undersøgelsesstrategi på linje med etnografi, grounded theory, case-studier osv. Flere har argumenteret for at tilgangen kan bruges til at skabe teoretisk viden (Zimmermann et. al. 2010; Fallman & Stolterman 2011) og i følge Zimmermann et. al. (2010) samt Koskinen et. al. (2011) er der, i designforskningsfeltet bred enighed om, at det er en valid måde at lave forskning på, på trods af at det ikke er et så veludviklet forskningsapparat som andre.

En forsker der bruger CDR til at generere ny viden, vil gennemgå et designforløb. Forløbet vil dog adskille sig fra et ikke-forskningsrelateret designforløb, idet det designede ikke har til formål at blive sat i produktion.

Instead of having the intention to produce a commercial product, design researchers focus on how the application of design practice methods to new types of problems can produce knowledge [...] (Zimmermann et. al 2008:4)

Dette betyder at forskere der laver CDR har frie rammer til at udføre en designproces som er rettet imod at opnå en bestemt viden, uden at bekymre sig om hvorvidt det designede bliver en succes i den traditionelle forstand.

Zimmermann et. al. (2010) beskriver at formålet med at lave forskningsarbejde på denne måde – lige som alt andet forskning – er at forstå forholdet imellem fænomener. Det særlige ved CDR er, i relation til dette, overbevisningen om at forskere kan komme til at forstå forhold imellem fænomener som ikke eksistere endnu. Koskinen et. al. (2011) skriver:

Constructive design researchers do not try to analyze the material world as Simon suggested, nor do they see design as an exercise in rational problem solving. Rather, they imagine new realities and build them to see whether they work. The main criterion for successful work is whether it is imaginative in design terms. (Koskinen et. al. 2011:42)

Med muligheden for at designe en fremtid som ikke eksistere, gør CDR det muligt for forskere at teoretisere over det der endnu ikke eksistere. Hasle (2010) bruger udtrykket *rehearsing the future*, til netop det fænomen hvor forskere ved hjælp af eksempelvis *Participatory Design* (Bødker & Iversen 2002), prøver at udforske en mulig fremtid.

Med en CDR tilgang, kan jeg undersøge hvad børn finder vigtigt på en second screen. Måden jeg gør dette på, er igennem en fictional inquiry workshop (Dindler & Iversen 2007), som netop er en metode til at få deltagerne til at forestille sig en mulig fremtid. Ved en Participatory Design (PD) tilgang som denne, skal jeg have tweens som workshopdeltagere, da det er dem der er eksperter i hvad de gerne vil have. PD som begreb er blevet brugt til at dække over en række forskellige syn på hvordan brugere skal inddrages i designprocessen. I den ene ende af kontinuummet er der i klassisk skandinavisk PD stor vægt på den politiske agenda i forhold til, at teknologi skal kunne udvide en arbejders kundskaber i stedet for at erstatte ham helt. I den anden ende, har Iversen & Smith (2012) arbejdet med PD i sammenhæng med børn på den måde at "[it] is to help children realize, that when it comes to the design of future technologies, they actually have a choice." (Ibid). I min undersøgelse af interaktive virkemidler jeg bruger børnenes deltagelse til at lave designforslag til second screen-applikationer. Ikke for at bruge forslagene direkte, men for at få indblik de ting børnene syntest er vigtige i et sådant system. Min måde at bruge PD tanken på er altså, at jeg skal bruge børnene som eksperter i at være dem selv, men ansvaret for de virkemidler jeg foreslår er stadig mit. Derfor tillader jeg mig at analysere på børnenes forslag og arbejde med dem i en større sammenhæng, hvor der er flere interessenters holdninger, der skal tages højde for. Det vil eksempelvis sige DR's holdninger.

Ud fra de ideer børnene kommer med og deres diskussion omkring valg af features osv., kan jeg analysere mig frem til hvilke interaktive virkemidler som vil kunne motivere dem. Da denne workshop er med et begrænset antal børn, er de resultater jeg kommer frem til, ikke en endegyldig liste af virkemidler. Det er et begrænset antal virkemidler som dog viser i hvilken retning et second screen-applikation skal sigte.

Data og databehandling

I hver af de tre dele af min undersøgelse – dvs. interviewene samt workshop I og II – har jeg lavet lydoptagelser som jeg efterfølgende har transskriberet samt foretaget en kodning af (Flick 2006:307- 312). Se bilag 2, 3, 4, 5, 6 og 8 for transskriptioner med kodning. I henhold til aftale med børnenes forældre har jeg anonymiseret transskriptionerne og undladt at vedlægge lydoptagelserne.

Ud fra de tre interviews med DR, lavede jeg kodninger (se bilag 2, 3 og 4) som specifikt fokuserede på deres ønsker med programmet. Efterfølgende kategoriserede jeg kodningerne under tematisk sammenhæng (se bilag 10 og 11 samt hovedafsnittet *Deltagelse i ULTRA Live*, side 41, for analysen heraf) og kom frem til fem punkter som relaterede sig til et ønske om deltagende engagement.

Kodningen af workshop I (se bilag 5 og 6) fokuserede på hvordan børnene følte sig motiveret til at engagere sig i de interesser de havde valgt at arbejde med. Denne kodning af børnenes motivation forholdt jeg til de fem punkter om engagement og noterede hvilke motivationer jeg mente ville understøtte hvert enkelt punkt (se bilag 12 og hovedafsnittet *Motivation i praksis*, side 45, for analysen). De motivationer som ikke passede ind under et af de fem punkter frasorterede jeg. Ud fra sorteringen af de relevante motivationer opsummerede jeg dem til mere generelle motivationer, så de var mere håndterlige at arbejde med (se bilag 13).

Kodningen af workshop II (se bilag 8) foretog jeg ud fra et fokus på de elementer som børnene italesatte som vigtige for en second screen-applikation. Med min teoretisk og praktiske forståelse for motivation sammenholdt med min forståelse for DR's ønsker for deltagende engagement, analyserede (se bilag 14 og hovedafsnittet *Interaktive virkemidler*, side 55, for analysen) jeg mig frem til fem interaktive virkemidler, som jeg mener vil kunne motivere tweens til engagement i et live magasin-program.

Med den nu ovenstående afklaring af min metodiske tilgang, vil jeg i det følgende hovedafsnit afdække min teoretiske ramme for at arbejde med motivation og engagement. Hvor metodeteorien hjælper mig med strukturere min undersøgelse, hjælper min teoretiske ramme til at strukturere min forståelse af verdenen – dvs. min forståelse af børns motivation for engagement.

TEORETISK RAMME

Med min metodiske tilgang, afdækket i det foregående hovedafsnit, er jeg næsten klar til at fremlægge mit arbejde og analysen heraf, men før jeg gør dette er det nødvendigt at jeg afdækker den teoretiske ramme jeg har arbejdet ud fra. I dette speciale har jeg valgt at bruge Cultural Historical Activity Theory (CHAT) som teoretisk ramme, da CHAT har en socialkonstruktivistisk tilgang – hvilket stemmer overens med min metodiske tilgang – og giver mig en overordnet forståelsesramme for børns motivation.

Derfor vil jeg i de følgende afsnit afdække hvordan CHAT forstår motivation i menneskets forskellige udviklingsstadier. Som det vil fremgå af redegørelsen er motiver fra tidligere udviklingsstadier stadig relevante i de senere stadier og er derfor også relevant for min undersøgelse.

Cultural Historical Activity Theory

I CHAT er hovedargumentet at menneskets tænkning er situeret i - og konstitueret af en social og kulturel sammenhæng. Heri ligger der for det første, at mennesket er et tænkende væsen, og at denne *tænkning* er begrundelsen for menneskets handlinger. For det andet er tænkning en aktivitet som er sociokulturel og altså ikke noget der er isoleret i hvert enkelt menneske. Nok er tænkning baseret på det fysiske og biologiske i mennesket, men det er den sociale og kulturelle kontekst som giver form og struktur til hvordan mennesket tænker. (Hedegaard 1995:16-17)

Dette medføre at menneskers måde at tænke og resonere på, vil variere fra den ene kultur til den anden. Både andre mennesker og kulturelle artefakter vil have indflydelse på hvordan et menneske tænker og agerer, da det er ud fra disse andre

mennesker og artefakter at det enkelte menneske skaber mening. Forholdet imellem mennesket og kulturen er dog ikke kun envejs, da det enkelte menneske igennem sin ageren i verden også har indflydelse på selve kulturen. Der er altså et dialektisk forhold imellem mennesket og den kultur mennesket lever i.

Igen gennem generationer reproducerer vi mennesker vores kultur og samtidig former kulturen vores måde at agere i verdenen på. El'konin skriver at denne formning blandt andet sker igennem barnets opvækst. Barnet bruger de voksne og andre børn i dets omgangskreds, til at lære at håndtere det fysiske og mentale redskaber der findes i den pågældende kultur.

As the child learns the socially evolved modes of action with objects, he is being shaped into a member of society, by process that includes his intellectual, cognitive, and social forces. (El'konin 1971)

El'konin fortsætter med at beskrive, at denne udvikling tager form som et fortsat voksende omfang af tilegnede handlemåder som går imod et højere niveau af dygtighed i udførslen. Da disse mentale redskaber bliver indlært via efterligning af andre, bliver den menneskelige tænkning netop konstitueret af den pågældende kultur. Når et menneske skal udføre en handling eller tage et valg vil dette altså ske på baggrund af dennes tidligere interaktion med andre mennesker. Konkrete oplevelser bliver internaliseret, på en måde så disse oplevelser bliver til erkendelse, og bliver en del af de mentale redskaber som barnet har til rådighed. (Hedegaard 1995:26-27) Dette betyder omvendt også at enhver menneskelig handling rettet imod et objekt ikke kan forstås isoleret.

It is only when an object action becomes incorporated into a system of human relations that we can discover its true social meaning, its purposefulness as regards other people. (El'konin 1971)

Kulturen er derfor også centralt i forståelsen af, hvordan mennesket motiveres i den pågældende situation. Da menneskers måde at give mening til situationer på, har basis i den pågældende kultur, var det vigtigt for mig at lave et praktisk studie af børns motivation.

Motivation forstået ud fra CHAT

I de situationer hvor den menneskelige ageren i verden kan antages at have en målrettethed, ligger der en motivation til grund for dette. Målrettethed skal i den sammenhæng forstås i sin bredeste forstand. Der er ikke nødvendigvis noget rationelt over de handlinger et menneske gør. Dog skal handlingerne være meningsgivende i den aktuelle situation for det enkelte menneske, også selvom mennesket ikke er bevidst om den præcise mening. Meningsgivende handlinger kan både være baseret på et følelsesgrundlag og på et rationelt grundlag.

Motiver og motivation

Selv ud fra en sociokulturel kontekst er motivation et bredt begreb og kan bruges om forskellige niveauer, både som motivation i en konkret situation, men også som generelle motiver, der giver en person overordnet retning. Hedegaard skelner derfor imellem motiver og motivation.

[...] jeg vil anvende motivation om den dynamik, som karakteriserer en persons aktivitet og forhold til sine omgivelser i de konkrete situationer, og motiver vil blive anvendt til at beskrive de mål, som kommer til at præge en person over længere tid, og som kan betegnes som personlighedskarakteristika. (Hedegaard 1995:56)

Motiver går altså i modsætning til motivation på tværs af situationer og omhandler de overordnede grunde til at et menneskes handler som det gør. Stenild og Iversen (2012) eksemplificere dette med at børn i en skole, vil blive motiveret til at indsamle viden til en skoleopgave, hvis de får adgang til at bruge en computer og surfe på internettet. Dette er ud fra den betragtning at computere er en begrænset ressource, som de ikke kan gøre brug af hver dag. Som en konsekvens heraf vil børnene blive begejstrede når de får lov til at bruge computere.

At tilskrive alt motivation for at udføre opgaven i det ovenstående eksempel til begejstring for computerbrug, er meget forsimplet. Hedegaard forklarer at motivation fungerer i et hierarki, således at begrundelsen for at udføre en aktivitet kan være flermotiveret. I eksemplet kunne muligheden for at arbejde sammen med en ven om at løse opgaven også være en motiverende faktor for det enkelte barn. (Hedegaard 1995:63)

Igennem mine undersøgelser af hvad der motiverer tweens har jeg fokuseret på at finde frem til de motiver som de agerer på baggrund af. Netop fordi motiver ikke er situationsspecifikke men går på tværs, var det relevant for mig at finde frem til deres motiver, så jeg kunne bruge denne forståelse til at basere min intervention på – dvs. workshop II, hvor jeg havde til formål at undersøge børns motiver.

Dominerende, meningsgivende og stimulerende motiver

Yderligere bruger Hedegaard også Leontiev's (1978) skelnen imellem *dominerende*, *meningsgivende* og *stimulerende* motiver. De dominerende motiver er de vigtigste og mest betydningsfulde motiver i et menneskes liv. I et menneskes opvækst er et skift i det dominerende motiv et tegn på udvikling. For småbørn er det *kontakt med dets forældre eller mest betydningsfulde voksne*, som er det dominerende motiv. Når barnet når til førskolealderen er det i stedet *leg* der dominerer. Hedegaard skriver at det for tidlige skolebarn er *udforskning af roller* og *det at kunne som de voksne* der dominerer. Dette stadie beskriver Stenild og Iversen som *læring* og de to udlægninger af stadiets karakteristika er således ikke langt fra

hinanden. I pubertetsalderen bliver det i stedet *accepten fra den jævnaldrende omgangskreds*.

Selvom de tidligere motiver ikke længere er det dominerende motiv forsvinder de ikke. De vil stadig være tilstede i mennesket og indgå i motivationshierarkiet, men blot ikke være det dominerende motiv. Hvordan de specifikt sammenhænge imellem disse motiver vil udarte sig afhænger af det enkelte menneske.

Dominerende motiver er altså de overordnede motiver, som giver retning og mening for et menneske og er derfor også altid et meningsgivende motiv. Det er imidlertid ikke det eneste meningsgivende motiv. Ved siden af det dominerende motiv kan der eksistere en mængde andre motiver som er med til at give mening til det pågældende menneskes liv. Som beskrevet ovenfor kan der altså være flere motiver tilstede samtidig, som former det konkrete menneskes handlinger.

Stimulerende motiver er karakteriseret ved at være de motiver der er meningsgivende i et kontekstbundet motivhierarki, men som er flyttet over i et andet hierarki, med det formål at stimulere meningsgivelsen i den nye kontekst. Computer og skolebørnseksemplet fra før er netop et udtryk for dette. Brugen af computer i undervisningen bliver et stimulerende motiv for det, der for mange skolebørn er et umotiverende og abstrakt læringsmotiv. (Hedegaard 1995:63-64; Stenild og Iversen 2012:138-139)

Alt efter hvor langt børnene i min målgruppe er i deres personlige udvikling, vil de have: *udforskning af roller, læring* eller *accepten fra den jævnaldrende omgangskreds* som deres dominerende motiv. Det betyder at jeg generelt skal forholde mig til dette og forstå deres motivation her ud fra. Selvom det ikke nødvendigvis er direkte tilstede i situationen, så er det indirekte tilstede sammen med de meningsgivende motiver. I mine undersøgelser af tweens' motivation og motiver er det derfor relevant at finde frem til hvilke meningsgivende motiver der er tilstede sideløbende med det dominerende motiv.

Før jeg arbejder med motivation er det dog nødvendigt at finde ud af hvilke målsætninger eller ønsker DR har med et deltagende engagement i ULTRA Live. Det er således på tide at forlade det teoretiske niveau og dykke ned i mit case-arbejde og den dertilhørende analyse, hvorefter jeg i diskussionsafsnittet kan samle tråden op igen og se på mit arbejde i en større sammenhæng.

DELTAGELSE I ULTRA LIVE

Indledningsvis påpegede jeg at forskellige typer tv-programmer fordrede forskellige typer af second screen-applikationer. Dette betyder at et deltagende engagement vil have forskellig udformning på en second screen, alt efter hvilket program det kobler sig på. Som beskrevet i metodeafsnittet side 29, er første led i min undersøgelse derfor at besvare spørgsmålet: **“Hvad er et deltagende engagement for DR?”**.

Igennem tre interviews med redaktionslederen, webtilrettelæggeren og en redaktør for DR's Børn og Unge afdeling, fik jeg indblik i hvad de både strategisk og i praksis arbejder ud fra, når de skulle lave ULTRA Live.

En afgørende faktor for hvordan de arbejdede med tilrettelægning af programmet var at både kanalen og programmet var mindre end tre uger gammelt, da jeg foretog de tre interviews. Redaktionslederen forklarede at der fra den strategiske afdeling af DR, var udformet et dokument, som beskrev hvad hensigten med de enkelte programmer var. Dette dokument var dog meget overordnet og havde ikke konkrete målsætninger. (Bilag 3 min 21:35-21:59) Dette aspekt var med til at give en stemning af de skulle forsøge sig frem og først hen af vejen lære hvad de mere præcist ønskede, at programmet skulle fokusere på. Specielt var deres ønske om at bruge second screens i sammenhæng med deres program, med til at forstærke dette aspekt. Både redaktionslederen og redaktøren fortalte at de havde meget lidt erfaring med at bruge second screens i sammenhæng med et program og at de derfor var meget åbne overfor at udforske hvordan det kunne styrke seeroplevelsen. (Bilag 3 min. 40:17-41:28; Bilag 4 min. 0:23-0:50)

Fem ønsker for deltagende engagement

På trods af at folkene bag DR ikke har meget erfaring med at tænke i second screen banerne, er de meget beviste om hvilken måde de gerne vil engagere seerne på. De ser mulighederne i at have en interaktiv second screen som et redskab til at skabe en bedre forbindelse og til at kunne engagere børnene på nye måder. Igennem en analyse af mine tre interviews er jeg nået frem til fem 'måder' som DR gerne vil have, at børnenes deltagende engagement tager form på.

- Medskabelse
- Relateret aktivitet
- Være-gode-mennesker
- Fastholdelse
- Selviscenesættelse

Medskabelse

I forhold til de tre interviewpersoners ønske om at bringe en second screen ind i situationen, fortæller redaktionslederen at dette blandt andet bygger på, at de gerne vil have, at børnene skal føle at det er deres program. (Bilag 3 min. 36:48) Den klassiske seer situation er meget passiv. Alt bliver serveret for seeren, som kun skal tage stilling til, om det er værd at se. I stedet for at folkene bag ULTRA Live skal gætte sig til hvad børnene gerne vil have, håber de på at kunne få et bedre indblik i dette, igennem kontakt med børnene via en second screen. En sådan direkte forbindelse imellem programmet og børnene i hjemmet, vil kunne være med til at give børnene følelsen af, at det er deres program. Deres ønsker om at inddrage børnene via en second screen, går dog også udover dét at give børnene en følelse af at det er deres program. Redaktionslederen forklare at hvis børn i hjemmet har lyst til at chatte med børnepanelet i studiet, så er det et godt emne. (Bilag 3 min. 11:53) Dette er et udtryk for at de gerne vil tage børnenes meninger alvorligt og opfordre dem til at være med til at skabe en konstruktiv debat.

Relateret aktivitet

De sammen teknologier, som har gjort det relevant og muligt for DR at arbejde med second screens, er også dem der har ændret vores måde at se fjernsyn på. De mobile digitale enheder – vores second screens – gør seerenes fokus mere splittet. De tre interviewpersoner giver alle udtryk for at deres seere er typerne der går til og fra fjernsynet. (Bilag 2 min. 9:03; Bilag 3 min. 8:27) Ikke nødvendigvis fysisk men også mentalt. Det ser de dog ikke som noget problem, selvom de også gerne vil fastholde seerne. I stedet for at se det som noget negativt, ser webtilrettelæggeren det som en mulighed for at opfordre børnene til at engagere sig i en relateret aktivitet. Han fremhæver et mantra som eksisterer i DR: "En times tv er lig med 100 timers leg" (Bilag 2 min. 11:43). Med dette mener han at en times tv skal kunne inspirere børn til at lege i 100 timer. Den relaterede

aktivitet kan ske før, under eller efter programmet sendes. Ligeledes fortæller han, at de på deres webplatform gerne vil have indlæg med do-it-yourself projekter som børnene kan underholde sig med, selvom programmet ikke bliver vist (Bilag 2 min. 34:30). Der er altså et ønske om at kunne opfordre børnene til en relateret aktivitet, da det vil styrke programmet i børnenes bevidsthed og i sidste ende gøre programmet bedre i børnenes øjne.

Være-gode-mennesker

Når ULTRA Live skal have en kendt gæst med i studiet går de efter at få personer som kan være rollemodeller for de seende børn. Redaktionslederen forklarer at de gerne vil give børnene i hjemmet mulighed for at komme i kontakt med én de ser op til (Bilag 3 min. 7:23). Samtidig skal det dog foregå på deres præmisser. Hvilket er grunden til, at alle input fra seerne bliver modereret. Der kommer ikke en chat-besked igennem på websitet eller på sendefloden som ikke er blevet godkendt af webtilrettelæggeren eller en af de andre medarbejdere. De vil altså ikke have at programmet skal skabe dårlig stemning for nogen, men skal i stedet opfordre børnene til at tage hensyn til andres holdninger og komme med konstruktive indlæg. Redaktøren påpeger dog, at de ikke ser det som deres job at opdrage børnene, men at de gerne vil lære dem, at de kan have indflydelse på verden omkring dem og at de skal forholde sig kritisk, til det de ser på fjernsynet (Bilag 4 min. 11:40). Han fortæller at DR selvfølgelig har sit eget værdisæt, som guider deres programtilrettelægning, men at han ikke mener at det er deres primære rolle at opdrage andres børn. De vil altså gerne opfordre børnene til at være gode medmennesker, men ser det ikke som en altoverskyggende målsætning for dem. Der skal også være plads til at lave underholdning for underholdningens skyld.

Fastholdelse

Seertal er naturligvis altid et måleinstrument for hvor godt et program klarer sig, men gode seertal som et mål, siger ikke noget om, i hvilken retning programmet skal sigte. Alle tre interviewpersoner giver udtryk for, at seertal naturligvis er vigtige og at det er noget de har med i deres daglige overvejelser omkring tilrettelægningen af ULTRA Live. Redaktionslederen forklarer, at han bruger det som redskab til at vælge de programindlæg eller tematikker, som han tror vil give det højeste seertal. (Bilag 3 min 14:35) I det ligger der implicit en holdning om at de gerne vil give børnene, dét børnene gerne vil have, så de bliver ved med at se programmet. Samtidig har de dog også en holdning om, at det skal være lærerig og kvalitets underholdning. Redaktøren påpeger at underholdning i sig selv kan være udmærket nogle gange, men at der også skal kunne være et ekstra lag på underholdningen (Bilag 4 min. 9:43). Webtilrettelæggeren og redaktionslederen giver udtryk for, at de gerne vil have at ULTRA Live er et program som børnene snakker om i skolegården og som har elementer som de vil føle sig draget af, men som netop er mere en bare underholdning (Bilag 2 min. 19:30; Bilag 3 min 11:53). De vil altså gerne have at programmet giver noget til børnene som gør, at børnene har lyst til at se programmets næste udsendelser.

Selviscenesættelse

Flere af de eksisterende elementer i ULTRA Live tager udgangspunkt i børnenes hverdag og deres liv, hvilket skal være med til at give børnene følelsen af, at det er deres program. Indlæg som ULTRAfiseringen, hvor et barn får lov at opleve noget ekstraordinært, har netop et barn i hovedrollen, så børnene i hjemmet kan identificere sig med vedkommende. Ved at have programmet struktureret på den måde, kan det enkelte barn lettere forholde sig til indholdet og positionere sig selv i forhold til det og andre børn. I henhold til min tidligere beskrivelse af det dominerende motiv i pubertetsalderen, kan selviscenesættelse sammenlignes hermed. Selvom min målgruppe ikke er i pubertetsalderen, er selviscenesættelse stadig relevant for, hvordan børnene opfører sig i forhold til hinanden. Derfor er dette et aspekt som DR arbejder med og som de bruger til at gøre programmet mere attraktiv for deres seere.

Samlet set har ULTRA Live karakter af at være underholdning med lærerige elementer. Folkene bag programmet ønsker at skabe et stærkt program, som børnene er beviste om eksistensen af. Dette kommer til udtryk i både deres ønske om fastholdelse, men også kraft af at de gerne vil opfordre til relateret aktivitet, forstået på den måde at disse aktiviteter tager afsæt i programmet og på den måde styrker programmets tilstedeværelse i børnenes bevidsthed. Dette betyder fremadrettet, at min undersøgelse af hvilke interaktive virkemidler der vil motivere til engagement, skal kunne være med til at skabe denne karakter.

Ud fra denne analyse af hvad DR forstår med deltagende engagement i relation til tweens, kan jeg med de fem punkter lave en fokuseret undersøgelse af tweens' motivation. De fem punkter skaber altså en ramme for min videre undersøgelse.

MOTIVATION I PRAKSIS

Med DR's ønsker for børns deltagende engagement afklaret, er jeg nu klar til at undersøge hvordan tweens' motivation i praksis tager form. DR's ønsker for engagement har dannet udgangspunkt for min undersøgelse, så min undersøgelse har kunnet være mere fokuseret end en generel undersøgelse af motivation. Dette hovedafsnit omhandler altså den anden del af mit undersøgelsesdesign, som stiller spørgsmålet: **"Hvad motiverer tweens til at engagere sig på den måde som DR ønsker?"**.

For at undersøge hvad der motiverer tweens, afholdte jeg en workshop med tre piger og fire drenge i en SFO. Alle børnene var i elleve års alderen og kom fra socialt stærke familier bosat i en forstad til Aarhus. I løbet af 2 timer gennemførte jeg og en hjælper to øvelser med børnene, som var designet til at kunne informere mig om deres motivation og motiver. Før jeg fremlægger den resulterende analyse af workshoppen, vil jeg imidlertid først belyse de overvejelser omkring udfordringen ved at undersøge tweens' motivation jeg gjorde mig. Overvejelserne havde direkte indflydelse designet af workshoppen og er derfor forudsætningen for at forstå workshoppen. Herefter vil jeg kort beskrive designet af workshoppen, hvilket er nødvendigt for at kunne forstå resultatet af min undersøgelse ud fra den rette kontekst.

Udfordringer ved at undersøge motivation

For tweens er motivation et meget abstrakt begreb, hvilket gør det til et svært emne at undersøge. At stille spørgsmål som "Hvad motiverer dig?", ville enten ikke blive forstået eller ville give nogle svært anvendelige svar. (Kvale & Brinkmann 2009:165-167) Dette skyldes blandt andet at motivation kan fungere på mange niveauer, når det bruges i daglig tale, men også fordi vi ikke er vandt til

Smileyrapport



Faktor

Levetids
Hvor lang levetid har aktiviteten?

Ven
Hvor let er det at have venner med i aktiviteten?

Let at bruge
Hvor let er det at lave aktiviteten?

Hjerne
Hvor meget hjernekraft skal man bruge?

Sjov
Hvor sjovt er det at lave aktiviteten?

Sus
Hvor sjovt er det at lave aktiviteten?

Sus
Hvor sjovt er det at lave aktiviteten?

Sus
Hvor sjovt er det at lave aktiviteten?

Rapport om:
Personens navn:

Handbald
Løse

Udført af:

Bo

Hvorfor

Altid

Kempe

meget sjovt
spille
kanon on på hvor

kanon on på om for
dårlig
meget sjovt
mellem cool for
der sjov

Jessica har opbrudt handbald
mangsket være i r-glag gal kend
bald kan
og kedeligt

Så kan vi blive og skide højt
man kan virke
for Helseværk
det har ikke noget med

at sætte ord på vores motiver og motivationer. Yderligere kan det for børn være et ukendt begreb, som de derfor kan have svært ved at arbejde med.

Ved siden af dette tilkommer der også det problem, at der ofte er en uoverensstemmelse imellem det personer siger og det de egentligt mener eller agere på. Når en interviewer beder personer om at forklare deres motivation for at gøre en handling, bliver det en efterrationalisering af deres motivation. Dette er uundgåeligt, da det skal videregives til en anden person og skal give mening for den anden. Derved bliver det opstillet på en rationel måde, hvilket det ikke nødvendigvis er. Dette er dog ikke altid et problem. Det afhænger af interviewpersonen og af den situation intervieweren spørger i. For mig er det dog usandsynligt, at børnene vil kunne give den slags svar jeg leder efter, hvis jeg spørger direkte efter dem. Den situation jeg arbejder med dem i – hvilket vil sige som en udenforstående voksen i en SFO, der kommer for at skulle bruge børnenes hjælp – vil ikke kunne undgå at komme til at have en skævvridning. Børnene vil sandsynligvis prøve at gennemskue, hvilke svar der er de rigtige. Altså give de svar, som de tror jeg gerne vil høre.

Workshop I - Smileyrapport

Disse overvejelser var rammesættende for hvordan jeg valgte at undersøge børns motivation. I stedet for at spørge børnene direkte om deres motivation, arbejdede jeg med at italesætte deres motivation, igennem en workshop som tog udgangspunkt i deres eksisterende interesser.

Børnene blev på forhånd bedt om at have udvalgt én af deres interesser, som vi skulle arbejde med i workshoppen. Til workshoppen blev de delt op i en drenge- og en pigegruppe og bedt om at udfylde en smileyrapport. To af børnene i grupperne skulle sammen agere interviewer og udfylde en rapport om det tredje barns interesse. Det interviewede barn skulle bedømme hans/hendes interesse på en skala fra meget glad til meget sur smiley, i forhold til tolv forskellige faktorer, samt give en begrundelse for bedømmelsen (se figur 4 og bilag 7 for alle seks udfyldte rapporter). Løbende sørgede min hjælper og jeg for at komme med uddybende spørgsmål til deres svar og forfulgte interessante punkter i forhold til deres motiver. Efter tur byttede børnene roller, så de alle til sidst havde fået udfyldt en smileyrapport om deres interesse.

De tolv faktorer – *levetid, ven, let at bruge, hjerne, sjov, cool, Jesus, kondition, spænding, muskler, udholdenhed og x-faktor* – var udformet til at skulle italesætte forskellige aspekter af børnenes interesser. Ved at stille spørgsmål til disse aspekter, kunne jeg få indsigt i de sociale og kulturelle forhold, som CHAT beskriver som konstituerende for børnenes motivation. Den type begrundelser som børnene kom med i henhold til faktorerne, kunne fortælle mig noget om børnenes motivation, og i nogle tilfælde også noget om deres motiver.

Yderligere var faktorerne udformet, så de skulle kunne få børnene til at forholde sig til de fem ønsker DR havde for engagementet. Jesusfaktoren var eksempelvis et forsøg på at få børnene til at italesætte det at *være-gode-mennesker*. I de tilfælde hvor børnene ikke forstod hvordan faktoren relaterede sig til deres interesse, kunne min hjælper og jeg forklare hvordan faktoren skulle forstås. Dette gav yderligere en anledning til at få indsigt i børnenes forståelse af sammenhængen imellem faktorerne og deres interesser.

Den primære data fra workshopen er lydoptagelserne af børnenes diskussioner og begrundelser for deres bedømmelser. Rapporterne fungerede hovedsageligt som et samtale-artefakt, der hjalp med at fokusere diskussionerne. Samtidig virker rapporterne som pejlemærker for, hvad børnene fandt vigtigst i forhold til faktorerne.

Faktorer der motiverer tweens

Min forståelsesramme for at kunne arbejde med motivation for tweens er den tidligere beskrevet CHAT. De aspekter jeg i det følgende fremlægger, har derfor alle bund i de sociale og kulturelle sammenhænge, som børnene er opvokset i. De svar som børnene kom med på baggrund af mine og min hjælperes hvorfor-spørgsmål, var deres udlægning af, hvad deres motivation var i en konkret situation. For at have noget der var lettere at overføre til en anden kontekst, brugte jeg disse motivationer til at analysere mig frem til, hvad børnenes overordnede motiver var. Da motiver og motivation fungerer i et hierarki, har mange af disse relationer til hinanden og er svære at se isoleret. De motiver jeg har fokuseret på at arbejde med, er de *meningsgivende* og *stimulerende* motiver. Motiverne ville uundgåeligt have en relation til det dominerende motiver, altså enten *udforskning af roller, læring* eller *accepten fra venner og ligesindede*, alt efter hvor langt det enkelte barn er i sin udvikling. Mange af de motiver jeg har fundet frem til, har derfor stærke relationer til disse aspekter og forholder sig til et dominerende motiv.

Børnene gav udtryk for en mængde motivationer, som ikke alle kunne forholdes direkte til de fem ønsker, DR har for engagementet. Disse motivationer har jeg valgt at undlade, da de ikke direkte har indflydelse på mine resultater. I de følgende fem underafsnit, som hver har et af DR's ønsker for engagement som fokus, fremlægger jeg min analyse af hvordan børnenes motivation forholder sig til disse.

Fastholdelse

Fem ud af seks af de interesser børnene havde valg at arbejde med, omhandlede fysisk udfoldelse og havde alle et socialt aspekt. En af pigerne understreger at det er sjovt at have venner med i hendes aktivitet (dans), fordi de kan lære af hinanden og øve sig. Det skal imidlertid være venner og ikke forældrene som hun danser

med. (Bilag 6 min. 5:24-10:07) På den måde er *medskabelse* et element som motivere dem til at blive ved med at synes, at det er sjovt at udføre aktiviteten. Ligeledes beskriver en af drengene, at trampolinspring er sjovt fordi det er udfordrende og fordi man kan lære nye spring (Bilag 5 min. 33:59-34:57). Begge disse udsagn tyder på at *fysisk udfoldelse* er noget børnene bliver motiveret til fastholdelse af. Flere af dem beskriver hvordan det at øve sig og det at vise hvad de har lært, så de kan *måle sig med andre*, er vigtige elementer for, hvorfor de synes at deres aktivitet er sjov. Det er vigtigt for dem at der kan være en progression i forhold til, hvor gode de er til at udføre deres aktivitet. Drengene er enige om af det er sjovest at lave deres aktiviteter, hvis det er svært. De beskriver at det er sejere at kunne en ting, hvis det er svært at udføre. (Bilag 5 min 33:95-35:10) Det at *mestre* et bestemt spring i trampolinspring eller en bestemt klaverstykke, som er sværere end det de tidligere kunne, er med til at holde deres interesse for den pågældende aktivitet.

Da børnene fortalte om deres aktiviteter, havde de alle et element af *fremvisning* med. Drengene med trampolinspring fremhævede, at de i springene skulle have den rette holdning, så det så sejere ud og at svære spring var sejere at lave end de lette (Bilag 5 min. 37:01-37:28). På samme måde fremhæver en af pigerne at det er vigtigt at have den rigtige udstråling, når hun skal danse. Specielt til konkurrencerne er det vigtigt at have den helt rigtige "jeg er bare for sej" udstråling (Bilag 6 min. 35:25-36:59).

Igennem min analyse af børnenes udtalelser mener jeg at *medskabelse*, *fysisk udfoldelse*, *måle sig med andre*, *mestring* og *fremvisning* er meningsgivende motiver for børnene i relation til et engagement, som retter sig imod fastholdelse. Motiverne relaterer sig primært til det dominerende *lærings* motiv, men *måle sig med andre* og *fremvisning* ligger også under motivet om *udforskning af roller*.

Være-gode-mennesker

Flere af børnene henviser til et familiemedlem eller en rollemodel, når de bliver spurgt om hvorfor de begyndte på aktiviteten. En af drengene fortæller direkte, at han startede med at spille håndbold fordi hans søster spillede det (Bilag 5 min 6:16-6:34). Ligeledes fortæller en af pigerne, at hun startede med at spille klaver fordi hendes farmor også spillede (Bilag 6 min. 41:44). Disse elementer af *social overlevering* har betydning for, hvordan børnene opfatter deres aktivitet og kommer ud af den kultur og de mennesker som børnene er vokset op med. Her har trænere og lærere også en indflydelse på børnenes motivation. En af drengene forklarer, at det er lige så vigtigt at vise hvor god han er til at springe på trampolin til hans træner som til hans venner (Bilag 5 min. 39:06-39:22). Det at træneren *forventer en udvikling* fra ham, er med til at motivere ham til at blive bedre til at springe på trampolin.

Af dette kan udledes at *forventet udvikling* vil have en betydning for hvordan børnene opfører sig. I henhold til at *være-gode-mennesker* er denne *social*

overlevering også konstituerende for hvordan tweens kan motiveres til at være dette. Begge disse meningsgivende motiver ligger igen under det dominerende *lærings* motiv, men har mindre at gøre med andre dominerende motiver at gøre.

Relateret aktivitet

I alle aktiviteterne har *observation* og *diskussion* også vigtige roller. Børnene italesætter næsten alle, at de bruger tid på at se på andre, der udfører aktiviteten. Dette kan både være via en håndboldkamp på fjernsynet eller ved at se på deres venner. I begge tilfælde er den efterfølgende diskussion eller snak omkring aktiviteten, med til at give dem ny viden, som de bagefter kan efterprøve for dem selv (Bilag 5 min. 43:30-46:19; Bilag 6 min. 7:32-8:41). Det er altså også et motiv som hænger sammen med det dominerende læringsmotiv. *Observation*, *øvelse* og *diskussion* og er alle meningsgivende motiver som forholder sig til det overordnede motiv om læring.

Medskabelse

Alle børnenes aktiviteter har også et socialt element i udøvelses eller fremvisningssituationen og i nogle tilfælde også i øvesituationen. Ingen af de seks forskellige aktiviteter er alene for børnenes egen skyld. Der er altid tilknyttet et element hvor børnene skal lave aktiviteten i en social kontekst. Med klaverspil og trampolinspring som undtagelser, afhænger aktiviteterne også af at andre personer udfører aktiviteten sammen med børnene. Forstået på den måde, at den håndboldspillende dreng ikke kan spille håndbold, medmindre der også er andre håndboldspillere tilstede. Her er den fælles udførsel eller det *fælles udtryk* som cheerleaderne laver, en vigtig rolle. *Medskabelse* er i den forstand også vigtig for at motivere børnene. En pige forklarer, at det er bedst at have venner med til at lave cheerleading, fordi nogle øvelser kræver, at de er flere om det og hun giver udtryk for, at de øvelser de er flere til, er sjovere at lave (Bilag 6 min. 1:00:15-1:01:41). I den slags holdaktiviteter er det altså vigtigt at være en del af det *fælles udtryk* og at passe ind i dette udtryk.

En anden side af dette er at føle *ejerskab* overfor aktiviteten og overfor det udtryk som bliver skabt. En af pigerne påpeger, at hvis man går midt i en dans, så ødelægger man det for de andre, hvilket er en dårlig ting (Bilag 6 min. 34:19-35:03). Det at føle et ansvar for, at aktiviteten kan blive udført, motiverer hende altså til at blive ved med at danse. Denne faktor er ikke umiddelbart tilstede ved de aktiviteter som ikke er en holdsport. Ved trampolinspring er det ikke så vigtigt at alle tager ejerskab over et fælles udtryk, men ejerskab er dog stadig vigtig i forhold til at sammensætte de forskellige spring. Drengene med trampolinspring som aktivitet fortæller at mange af springene er viderebygninger af simple spring. Det er derfor vigtigt at mestre de basale spring, så de kan bygge videre på dem og *kombinere delene* til nye udtryk (Bilag 5 min. 48:18-49:11). Det at kunne kombinere de forskellige dele giver altså drengene en følelse af ejerskab. Dette bygger også på et element af *selvscenesættelse*, hvilket motiverer dem til at engagere sig i medskabelse.

Fælles udtryk, ejerskab, kombinere delene og selvscenesættelse er alle meningsgivende motiver, som vil kunne motivere børnene til at have et engagement som retter sig imod medskabelse. Her er *kombinere dele* det eneste motiv som ligger under *lærings* motivet. De andre meningsgivende motiver ligger under det dominerende *accepten fra venner og ligesindede* motiv.

Selvscenesættelse

To af pigernes aktiviteter er dans og cheerleading. Ved begge af disse forklarer pigerne, at det ikke er noget som drengene vil synes er sjovt. Det er deres overbevisning, at dans og cheerleading er pigeaktiviteter, så længe det er i deres aldersgruppe. De fortæller at drenge godt kan danse når de blev ældre og implicit i dette også at drenge i deres egen aldersgruppe ikke laver den slags aktiviteter (Bilag 6 min. 7:44-8:33). Tilsvarende gør drengene udtryk for, at de bedst kan lide deres aktiviteter, når det er drenge der udfører dem. Den ene dreng understreger eksempelvis at piger godt kan spille håndbold, men at det er sjovere når drenge gør det, fordi de er grovere ved hinanden. Han tilføjer "og pigerne - det er bare sådan skub skub." (Bilag 5 min. 7:30). Både drengene og pigerne har altså en klar holdning om hvad der er *drenget* og *piget*, og hvordan de skal opføre sig inden for hver kategori. Det er et udtryk for at deres dominerende motiv er *udforskning af roller*.

Kønsidentitet er naturligvis en vigtig del af det dominerende motiv om at udforske roller, men er ikke den eneste måde at gøre dette på. At have en aktivitet som kræver fysisk udfoldelse er også en rolle som fem ud af de syv børn havde. De to børn som havde valgt klaverspil og computerspil som deres aktivitet, er mere tilbøjelige til at være i tvivl om deres aktivitet er cool (Bilag 7). Dette kan blandt andet være fordi deres aktiviteter ikke er fysisk krævende, på samme måde som de andre børns. Yderligere skulle de vurdere cool-faktoren i en situation hvor de andre børn var til stede. Det afhænger altså af hvordan klaverspil og computerspil bliver opfattet i deres kultur og hvad det siger om deres roller. En rolle som hamder-hellere-vil-spille-på-computer kan måske være demotiverende for hans engagement i computerspillene, men kan modsat også være motiverende hvis han er virkelig god til at spille computerspil. *Mestring* er altså også vigtigt i denne sammenhæng. Børnene gav netop udtryk for at det var sejt at være god til noget (Bilag 5 min.40:47-40:02). At være rigtig god til en specifik ting kan altså også være en del af den rolle børnene identificere sig med. *Kønsidentitet* og *mestring* er vigtige meningsgivende motiver i relation til børnenes overordnede motiv om at udforske roller. Der er et stort element af at *måle sig med andre* i deres omgangskreds, hvilket ifølge CHAT vil komme endnu mere til udtryk når børnene kommer i pubertetsalderen.

Samtidig er konkurrenceelementet også med til at motivere børnene til at udføre deres aktivitet. En af drengene fortæller, at håndbold er bedst hvis det er en spændende kamp. Forstået på den måde at hvis begge hold er lige gode, vil det være en bedre kamp end hvis det ene hold er meget overlegen (Bilag 5 min.

MENINGSGIVENDE MOTIVER

FOR TWEENS I RELATION TIL DR'S ØNSKER OM ENGAGEMENT

ENGAGEMENT	Fastholdelse	Mestring Måle sig med andre Fysisk udfoldelse Medskabelse Fremvisning	MOTIVER
	Være-gode-mennesker	Forventet udvikling Social overlevering	
	Relateret aktivitet	Observation Øve Diskussion	
	Medskabelse	Fælles udtryk Ejerskab Selviscenesættelse Kombinere dele	
	Selviscenesættelse	Drengethed & Pigethed Udøve vs opvise Mestring Måle sig mod andre	

21:37-22:25). Konkurrenceelementet er vigtigt i sammenhæng med at kunne iscenesætte dem selv. I en konkurrencesituation er det mere legitimt at vise sig selv frem end i hverdagssituationer, hvilket også er en kulturel konvention som børnene er underlagt. Det er et helt eksplicit formål at børnene *skal måle sig op mod de andre* børn, men dog stadig under en stemning af det skal være fair play og at de ikke skal være dårlige tabere. At kunne fremvise sine evner og måle sig mod andre via konkurrencer, er altså også vigtige meningsgivende motiver i forhold til engagement i selviscenesættelses.

Ud fra min workshop har jeg altså kunne analysere mig frem til en række meningsgivende motiver, som arbejder med de fem typer for deltagende engagement som DR ønsker. Figur 5 er en opsummering over hvordan motiverne forholder sig til DR's ønsker for engagement. I analysearbejdet med børnenes motivation har jeg støttet mig til tanken om, hvilke motiver der dominerer tweens. Dette har gjort det muligt for mig at arbejde fokuseret med de meningsgivende motiver.

Selvom det er et mindre antal børn jeg har arbejdet med, har jeg gjort det på et niveau hvor motivation ikke er person-bundet. Disse meningsgivende motiver er et relativt generisk grundlag for min videre undersøgelse, som handler om hvordan interaktive virkemidler kan konstrueres så de arbejder med motiverne. I det følgende hovedafsnit vil jeg således fremlægge de fem interaktive virkemidler og den analyse som har affødt dem.

INTERAKTIVE VIRKEMIDLER

054

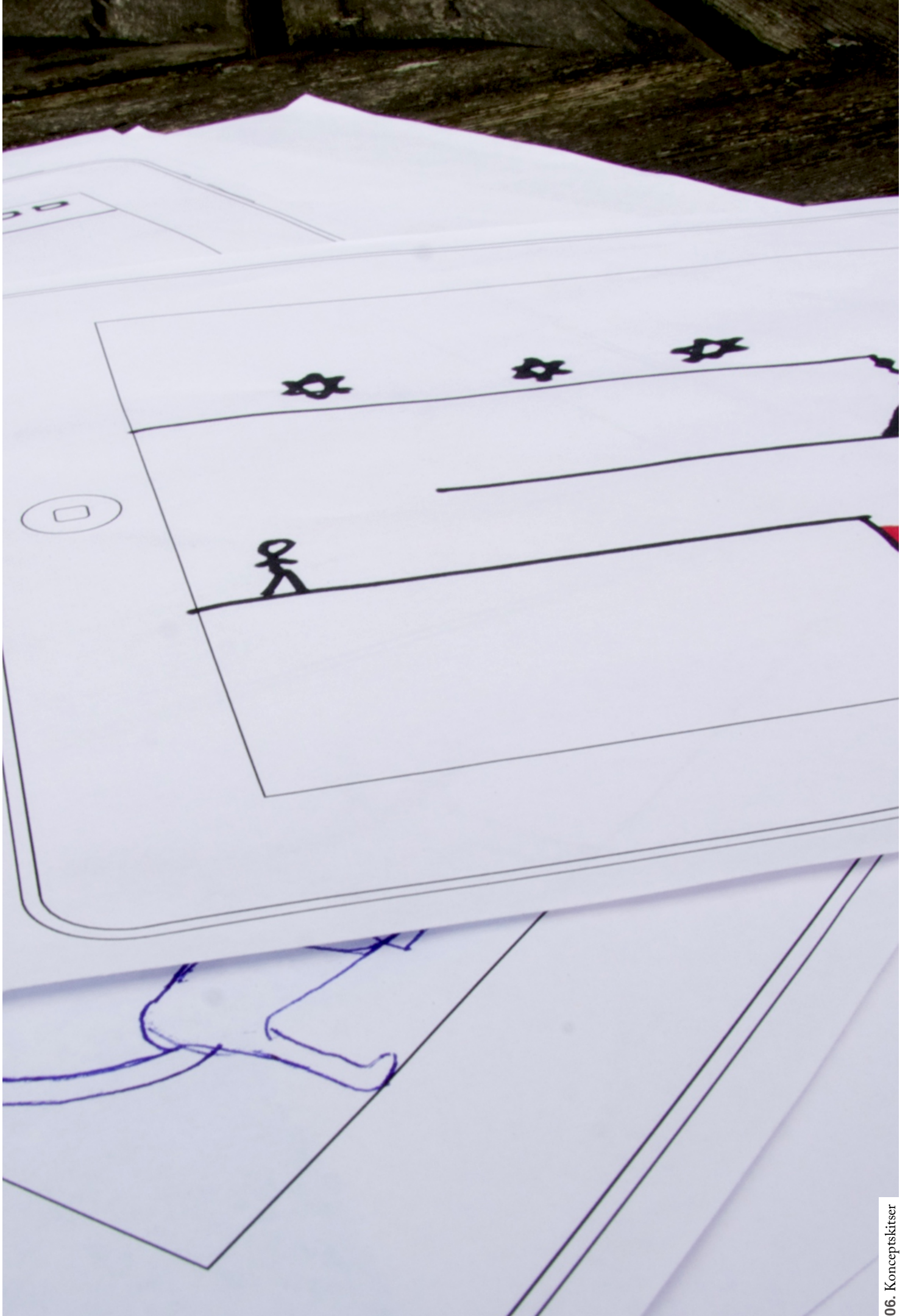
Ud fra den nu opbyggede forståelse for hvad der vil motivere tweens, sammenholdt med de fem måder DR gerne vil engagere børnene på, har jeg nu et udgangspunkt for at finde frem til en række interaktive virkemidler. Dette hovedafsnit omhandler altså den tredje del af mit undersøgelsesdesign, som stiller spørgsmålet: **“Hvordan kan interaktive virkemidler konstrueres så de bygger på de motiverende faktorer?”**.

For at undersøge dette afholdte jeg endnu en workshop som gjorde brug af fictional inquiry metoden (Dindler & Iversen 2007), hvor vi – børnene og jeg – “øvede os på fremtiden” (Hasle et. al 2010). I det følgende afsnit beskriver jeg, for gennemsigtighedens skyld, kort hvordan workshoppens blev struktureret og afholdt, da strukturen er vigtigt for forståelsen af den konkrete udformning af de endelige virkemidler. Dette vil blive tydeligt i det efterfølgende afsnit (*Motivation for engagement på en second screen*, side 58), hvor jeg fremlægger de fem virkemidler og afdækker analysen, som har ført frem til dem.

Workshop II – At øve sig på fremtiden

Min anden workshop var på den samme SFO som tidligere og på nær en enkelt gang var det med andre børn end den første. Lige som første gang var det fire drenge og tre piger, men denne gang var jeg alene om at hjælpe og guide børnene igennem fictional inquiry workshoppens.

Ideen bag fictional inquiry er, at metoden suspendere nogle af de begrænsninger og konventioner som deltagerne normalt ser i verdenen, for derigennem at kunne åbne op for et mulighedsrummet. Metoden bruger et fiktivt narrativ, hvor det er afholderen af workshoppens opgave at opstille et mentalt rum for deltagerne hvor



det er muligt lave handlinger som det normalt ikke er. Afholderen af workshopen kan bruge forskellige remedier til at gøre mulighedsrummet større men også til at styre deltagerne i en bestemt retning. (Dindler og Iversen 2007)

I min workshop blev børnene præsenteret for en fortælling om en opfinder, der havde opfundet en række usandsynlige genstande. Heriblandt var en særlig ovn med tilhørende særlig papir, som havde fortrykt silhuetten af en iPad. Ovn og papiret havde den særlige egenskab at når papiret blev bagt i ovnen, blev det til en iPad og den applikation der var påtegnet blev virkelig. Papiret var meget kostbart, hvilket betød at jeg kun havde et begrænset antal til rådighed og yderligere virkede papiret også kun hvis det var et spil som var påtegnet. Børnenes opgave var i første omgang at finde på et simpelt spil, som de skulle tegne på iPaden, men efter de var begyndt at tegne på papiret, ændrede jeg på opgaven så de ikke længere kun skulle lave et spil men også en second screen-applikation. Da papiret var meget kostbart, kunne de ikke starte forfra men måtte gentænke, hvordan deres spil kunne hænge sammen med et tv-program.

Narrativet og rekvisitterne, i form af iPad-papiret og et billede af den særlige ovn, gjorde det lettere for børnene at arbejde med konstruktionen af en second screen-applikation. Papiret havde en styrende funktion, på den måde at det skulle være en applikation de designede og ikke hele artefaktet. I nogle tilfælde kan det være givende at lade børnene spille en rolle, som yderligere åbner for mulighedsrummet, men i denne workshop fandt jeg det mere vigtigt at have børnene til at være dem selv. Det var vigtigt at børnene trak på deres egne værdier og ikke hvad de forestillede sig at en bestemt rolles værdier ville være. Det var netop børnenes ræsonnementer og tanker omkring en second screen-applikation jeg gerne ville have indblik i.

En af de ideer børnene kom frem til var ULTRA Draw, som basalt set er en klon af Draw something⁸. På en 'tegn og gæt' måde skulle børnene i hjemmet og personerne i ULTRA Live kunne spille sammen og gætte hinandens tegninger. Børnene så flere muligheder for hvordan scenariet kunne udspille sig, som kan læses i bilag 8 min. 51:45f, men i henhold til dette speciales omfang og fokus har jeg undladt en nærmere beskrivelse. En anden af børnenes ideer var tanken om crowd sourced historier (børnene gav aldrig ideen et navn), hvor en historie allerede var skrevet, men udvalgte dele af historien manglede. Børnene i hjemmets opgave skulle således være at hjælpe med at færdiggøre historien, men hvert enkelt barn kunne kun hjælpe med en del. For mere om denne ide se bilag 8 min. 33:51f og se bilag 9 for konceptskitser.

Efter denne gennemgang af workshoppens struktur, fremlægger jeg i det følgende afsnit min analyse af de elementer som børnene finder vigtige og hvordan disse sammen med min forståelse af motivation peger på fem interaktive virkemidler.

⁸ www.omgpop.com/drawsomething

Motivation for engagement på en second screen

Resultaterne af workshop II er ligesom mine andre resultater, situeret i en sociokulturel og historisk kontekst, da børnenes forståelsesramme for, hvad der er et meningsfyldt bud på en second screen-applikation, har basis i deres opvækst og de mennesker, som har været tilstede i deres liv. En fictional inquiry workshop kan i teorien være med til at nedtone det sociokulturelle, via et meget rigt narrativ, som ville give børnene en anden ramme at arbejde under. I så fald det er muligt, vil det i min situation ikke være fordelagtigt at gøre, da jeg netop gerne vil have at børnene trækker på værdier, som er tilsvarende dem børnene i den første workshop gjorde.

Basiselementer i second screen-applikation

Før jeg fremlægger de fem virkemidler jeg er kommet frem til, vil jeg belyse de generelle forudsætninger for en second screen-applikation, som børnene arbejder ud fra. Børnene ser dem som givet og italesætter dem ikke som noget der står til diskussion. Det er altså punkter der er vigtige for børnene, men kan ikke kategoriseres om virkemidler.

For det første skal det være online. Forstået på den måde at indholdet skal trække på informationer, som bliver opdateret live fra internettet. I nedenstående uddrag (1) fra workshoppen taler de fire drenge om hvilken spiltype de gerne vil have at deres spil skal være og den ene dreng (Dreng 4) konstaterer at det skal være online.

Uddrag 1, Bilag 8

#00:17:59-7# **Dreng 2:** Sådan en slags Subwaysurfers hvor man skal lave sin egen bane.
#00:18:04-3# **Bo:** Man skal lave sin egen bane.
#00:18:05-1# **Dreng 4:** Så skal man få nogle... Så skal man kæmpe mod hinanden
#00:18:07-1# **Bo:** [mmm]
#00:18:08-3# **Dreng 4:** og så skal man gøre det online...
#00:18:09-2# **Bo:** ja
#00:18:11-2# **Dreng 4:** ... så skal vi da gøre det online.
#00:18:14-8# **Dreng 2:** Vi kunne lave Bark Race.
#00:18:15-3# **Dreng 4:** Ja! Bark Race.
#00:18:17-0# **Dreng 3:** Så skal man bare lave sin egen bane.
#00:18:21-4# **Dreng 2:** Bark Race, det er sådan en flad skærm.
#00:18:24-4# **Dreng 4:** Ja det er lidt kedeligt
#00:18:25-9# **Dreng 2:** men så skal man se det bagfra.
#00:18:29-7# **Dreng 4:** ja lidt ligesom Subwaysurfers.
#00:18:32-4# **Dreng 2:** ja en blanding af Bark Race og Subwaysurfers.
#00:18:33-2# **Dreng 1:** Jeg tror bare det blive meget indviklet

[...]

#00:19:19-5# **Dreng 2:** Så skulle man lave sin egen bane synes jeg.
 #00:19:22-0# **Dreng 3:** Og så spiller man mod sin ven.
 #00:19:24-5# **Dreng 1:** Ja!
 #00:19:25-9# **Dreng 3:** Og så skulle man klare hans og så skulle han klare sin.
 #00:19:27-2# **Dreng 1:** Ja og så kunne man lave tre baner hver.
 #00:19:31-6# **Dreng 4:** Så hvis man så vandt alle de der baner, så kom man så op i toppen og kæmpede imod en eller anden.
 #00:19:36-4# **Dreng 3:** Så skulle man kæmpe imod en bedre.

Af uddraget (1) fremgår det, for det andet, også at platformen skal have et socialt element. Det skal være tydeligt, at indholdet på platformen er blevet influeret af andre brugere og omvendt skal man kunne have indflydelse på, hvad andre brugere oplever. Drengene er enige om, at det er en god ide at brugerne skal kunne lave deres egne baner, som andre skal kunne spille. Dette bygger på de tidligere identificerede motiver om *skabelse* og *medskabelse* (jvf. figur 5) som i motivationshierarkiet ligger under et motiv om *udforskning af roller* og har tæt knytning til *selviscenesættelse*. På en second screen er det altså stadig vigtigt for børnene at have sociale forbindelser og især dem som forstærker de eksisterende forbindelser. Børnene beskriver netop, at de nyskabte baner skal byttes med vennerne og kun sekundært at banerne kan byttes med andre brugere af second screen systemet.

For det tredje skal der være en forudgivet mening med interaktionen, så børnene ikke selv skal finde ud af, hvad det indledende formål skal være. Sagt med andre ord skal der være en fortælling eller et overordnet mål. Dette er vigtigt, da det giver børnene en klar indgangsvinkel til at interagere med platformen. Som i uddraget ovenfor (1) er der altid et mål med de ideer børnene diskuterer, hvilket altså antyder at dette er vigtigt for børnene. Udformningen af workshopen har dog en stor indflydelse herpå, da det var spil børnene i første omgang skulle lave. I tanken om et spil ligger det naturligt, at der skal være et mål med interaktionen eller et stadie der skal opnås. Hvis rammen for workshopen havde været en anden, er det ikke sikkert at dette aspekt kom frem. Imidlertid er det stadig min påstand, at et overordnet mål med interaktionen, er fordelagtigt for at kunne motivere børn til et deltagende engagement.

For det fjerde er der vigtigt for børnene, at platformen er universel tilgængelig. De er meget bevidste om, at de ikke vil begrænses af hvilken fabrikant deres second screen er fremstillet af. En af drengene forklarer: "for alle har jo ikke iPhone det har jo... for eksempel ham... han har android." (Bilag 8 min. 33:06) Samtidig skal det heller ikke være afhængig af en specifik skærmstørrelse. En anden af drengene fortæller, at det er for dårligt at nogle iPhone applikationer ser dårlige ud når de bliver forstørret på en iPad. (Bilag 8 min 32:48) Drengene er klar over at det er muligt at lave gode løsninger til både iPhone og iPad og vil ikke stille sig tilfreds med applikationer, som ikke lever op til det der er muligt.

Disse forudsætninger for hvordan en second screen-applikation skal udformes, er tydeligt influeret af børnenes tidligere omgang med interaktive artefakter og software systemer. At de fremhæver disse elementer viser, at de er klar over hvad der er muligt, men også at det ikke altid er virkeligheden.

Fem interaktive virkemidler

Det ovenstående er altså forudsætninger for hvad en second screen-applikation skal kunne, hvor de fem virkemidler, som præsenteres i det efterfølgende, er mindre fastlåste. Det er min påstand at et second screen system som inkorporere virkemidlerne, har større sandsynlighed for at motivere tweens til at engagere sig i et live magasin-program, på den måde, som det er DR's ønske. Virkemidlerne har jeg valgt at begrebsliggøre som følger:

- Konstruering
- Personafspejling
- Fælles skabelse
- Flere kompleksitetsniveauer
- Patches & mods

Det skal ikke forstås at disse virkemidler har et ét til ét forhold med engagementstyperne, men at de hver arbejder med en mængde af de meningsgivende motiver, som hver forholder sig til et engagement. Virkemidlerne vil i nogle tilfælde kunne motivere til flere former for engagement. Figur 7 viser hvilke motivationsfaktorer de enkelte virkemidler arbejder med.

Konstruering

Imens drengene er ved at finde ud af, hvordan deres spil skal fungere, diskuterer de (uddrag 2) hvordan dét at skulle bygge en mur, kunne fungere som et spil. De sammenligner det med Minecraft⁹ spillet, hvilket de er enige om er godt, men som har for mange versioner til at de vil efterligne det.

Uddrag 2, Bilag 8

- #00:25:27-5# **Dreng 3:** Jeg har en bedre ide. Man har nogle ting og så skulle man bygge sig op ad et eller andet. Og så skulle man sådan få tingene til at passe ordentligt. Ved at bygge sig op ad den.
- #00:25:38-1# en telefon ringer.
- #00:25:39-6# **Dreng 3:** Så kommer der noget godt.
- #00:25:47-9# **Dreng 1:** Men [dreng 3], det er jo kedeligt hvis man bare skal bygge sig op af en mur!
- #00:25:52-7# **Dreng 3:** Nej men så har man en masse dele og så placerer man...
- #00:25:56-9# **Dreng 2:** ...men så bliver det bare lidt lige som Minecraft.
- #00:26:00-9# **Dreng 3:** Hvis man havde Minecraft i god kvalitet og sådan noget, så kunne det også...

⁹ minecraft.net

#00:26:03-6# **Dreng 4:** Ja, men det er jo kedeligt.
 #00:26:07-5# **Dreng 2:** Der er allerede for mange
 versioner af Minecraft på...
 #00:26:09-3# **Dreng 4:** Der er én som er god og den er i
 top. Og det har den været lige siden den
 kom og den kan man ikke slå.
 #00:26:14-3# **Dreng 1:** Hvad er det?
 #00:26:15-1# **Dreng 4:** Det er den der Minecraft pocket
 edition. Den er i top hele tiden.

Senere diskuterer de (uddrag 3) hvordan et spil kan bygges op omkring, at brugeren skal tegne tuschestreger som en del af at komme videre i spillet. Brugeren har et begrænset mængde streger og skal bruge dem med omtanke.

Uddrag 3, Bilag 8

#00:40:31-1# **Dreng 1:** Så havde man et eller andet antal
 streger
 #00:40:32-2# **Dreng 4:** Nej ikke streger. Bare sådan når
 man tegnede noget.
 #00:40:36-9# **Dreng 1:** Nej man havde et antal centimeter
 #00:40:36-9# **Dreng 3:** Så kunne man jo bare tegne en
 streg..
 #00:40:41-7# **Dreng 4:** Jaja, men hvis man så ikke havde
 evigt.
 #00:40:44-4# **Dreng 1:** Et antal centimeter... så kunne
 man viske det ud igen.
 #00:40:46-9# **Dreng 4:** Ja, så kunne man viske det ud igen
 med...
 #00:40:51-4# **Dreng 3:** Det er jo lidt lige som det der
 hvor man skal få en rutsjebane igennem.
 #00:40:54-2# **Dreng 1:** ja

Børnenes ULTRA Draw koncept og flere af de applikationer som børnene omtaler som seje – eksempelvis dem i uddrag 2 og 3 – har et element af konstruktion i sig. De er enige om, at det er sjovt at kunne sammensætte noget, så det bliver til et meningsfyldt *andet*.

Sammenholdt med min tidligere identificering af *ejerskab*, *kombinere dele*, *mestring* og *medskabelse* som motiver for tweens' deltagende engagement (jvf. figur 5), peger dette på, at et virkemiddel der omhandler konstruktion, vil kunne virke motiverende. Overordnet ligger dette under det dominerende *lærings* motiv. Idet børnene vil kunne forsøge sig frem med konstruktion ud fra givne elementer, og lære hvordan de mestrer de værktøjer de har til rådighed, vil de blive motiveret til at interagere med en second screen-applikation. Det første interaktive virkemiddel jeg har identificeret, benævner jeg derfor *konstruering*.

Virkemidlet spiller altså på, at børn kan mestre de elementer og redskaber de har til rådighed, for derigennem at kunne konstruere noget meningsfyldt. I praksis kan konstruktion også være som en del af gåder eller puslespil, hvor det er barnets opgave at få sammensat de elementer der er til rådighed. Samtidig arbejder konstruktion også med *ejerskab* over det at skabe noget. Det er ikke direkte ejerskab over det skabte, men i stedet dét at være ansvarlig for at skabe noget. I ULTRA Draw konceptet er der ikke givet elementer på forhånd, men i stedet er

der givet redskaber til at konstruere en tegning. På den måde har ULTRA Draw et element at *konstruktion* som i dette tilfælde bygger på motivationer som *mestring*, *skabelse* og *medskabelse*.

På en second screen vil *konstruktion* skulle forholde sig til det, der er aktuelt i programmet. Dette kan både være i forhold til en særlig begivenhed i programmet, men kan også være i forhold til programmet overordnet set. I praksis vil konstruktion være oplagt at implementere som et spil, og kan også sættes sammen med andre virkemidler. Der kunne eksempelvis være et konstruktions-element i *personlighedsafspejlingen* (som jeg i det efterfølgende afsnit belyser nærmere). På den måde kunne børnene have en konstruerede tilgang til, hvordan deres personlighed kommer til at fremstå i systemet.

I forhold til at have et spil sammenknyttet med ULTRA Live, så børnene en udfordring ved at skulle have en direkte forbindelse til personerne i studiet. De forudså at der ville opstå et problem i, at der ville være flere børn der så programmet end personer i studiet. (Bilag 8 min. 21:22f) Dette kan imidlertid overkommes ved at lave en én til mange relation, hvor interaktionen ikke er bundet op på, at personerne i studiet skal håndtere alle input. Interaktionen bliver derved nødt til at være åben for alle, og ikke modereret som den er ved ULTRA Live i dag. Dette kan komme til at byde på nogle problemer i henhold til at DR ønsker at der skal være god stemning og pt. har en fuldstændig modereret interaktion med børnene.

Via de fremhævede motiver som *konstruering* bygger på – det vil sige *ejerskab*, *mestring*, *skabelse* og *medskabelse* – påstår jeg således at det vil engagere børnene i *fastholdelse* og *medskabelse*.

Personafspejling

I løbet af workshoppen diskuterer drengene flere gange, om deres spil skal have en brugerprofil. Som i uddrag 4 er de ofte enige om, at brugerne skal have en brugerprofil, men en af drengene er vedholdende om, at det ikke må være svært at logge ind og komme i gang med at bruge systemet (Bilag 8 min. 37:40). For børnene er det altså en balancegang imellem fordelene ved at være logget ind og ulejligheden ved at skulle gøre det.

Uddrag 4, Bilag 8

#00:49:31-1# **Dreng 3:** Ja, så er de online...
#00:49:33-1# **Dreng 4:** Ja, så de der værter... de skulle [utydeligt] eller sådan noget.
#00:49:34-9# **Dreng 2:** Man skal også have en bruger, så det er dem der først kommer ind, der ligesom tæller... som er med.
#00:49:43-2# **Bo:** Så man spiller med dem i studiet?
#00:49:44-8# **Dreng 2:** Ja
#00:49:48-8# **Dreng 4:** ... og så er der kamera på. Så smækker man et kamera til.
#00:49:48-8# **Bo:** [mmm]

Børnenes argument imod at have en brugerprofil er, at det besværliggør processen med at komme i gang, men de vil gerne have fordelene ved at systemet genkender dem. Taget i betragtning, at *accept af deres omgangskreds* og *udforskning af roller* er to af børns dominerende motiver, er det imidlertid min påstand, at afspejling af personlighed vil være fordelagtig, selvom det kræver at børnene logger ind. På en platform som er online og har en social karakter er det vigtigt for børnene, at de har en måde af afspejle hvem de er og en måde at iscenesætte dem selv, så de ikke bliver anonyme deltagere. Børnenes udtalelser i begge workshops og tankerne i CHAT om motivation peger på at *personlighedsafspejling* som interaktiv virkemiddel, vil kunne engagere børnene.

Normalt vil personlighed være afspejlet via de handlinger som et menneske foretager, som bliver husket af personer i menneskets omgangskreds. I et online system er der ikke nødvendigvis en omgangskreds, som holder sammen, men alle kan potentielt interagere med alle andre. Dette bevirker at et enkelt individs handlinger kan være svære at holde styr på for andre. Derfor er det en god ide at have et interaktivt virkemiddel som virker som personlighedsmarkører og vedholdende viser karakteristika for den pågældende person.

I spiluniverset er dette ofte lavet ved at spilleren har en avatar¹⁰ og et "level" inden for en speciel evne. Andre spil operere med at give brugeren badges for forskellige handlinger eller specielle bedrifter. Disse karakteristika fremhævede børnene også i løbet af deres diskussioner, som en god ting. De sammenligner hvilket level de hver er på og brugte dette til at iscenesætte dem selv. Personafspejling arbejder altså med *selviscenesættelse*, *fremvisning* og til dels *kønsidentitet* som motivation, som jeg identificerede i workshop I (jvf. figur 5). I forhold til at børnene skal opnå nogle niveauer som de kan vise frem, arbejder det også med *mestring*, *øve* og *forventet udvikling*.

Som et interaktivt virkemiddel er *personlighedsafspejling* relativ statisk i sin visning, men det er i opnåelsen af afspejlingen at interaktionen netop er tilstede. Fokus er altså at børnene, via deres interaktion med et system, skal kunne opnå en form for virtuel personlighed i systemet.

Via de fremhævede meningsgivende motiver som *personlighedsafspejling* bygger på mener jeg således, at det vil engagere børnene i *selviscenesættelse*, *relateret aktivitet* og *medskabelse*.

Fælles skabelse

En stor del af ideen om crowd sourced historier, som jeg tidligere har beskrevet, bygger på det gode ved følelsen af at være en del af noget større. I uddrag 5 nævner en af drengene, at hvert barn der brugte applikationen, skal finde på ét ord

¹⁰ En grafisk representation som skal symbolisere brugerens identitet.

til historien. For ham vil det være interessant at se hvad en historie kunne blive til, hvis der var mange om at lave den.

Uddrag 5, Bilag 8

- #00:33:37-0# **Dreng 4:** [øhm...] Måske. Ej, det ville nok bare være træls. Jeg tænkte på noget med når du skrev nogle ord så var der et eller andet... Eller så blev de lavet om til noget andet.
- #00:33:49-2# **Bo:** nå
- #00:33:51-2# **Dreng 1:** Det kunne også være sådan noget med at man skulle skrive en historie, så nogle af ordene, de var der ikke, så skulle man sådan øve lidt... Og hver finde på ord og sætte ind.
- #00:33:57-5# **Bo:** åh
- #00:33:57-5# **Dreng 1:** For eksempel så siger man at det skal være en by
- #00:34:03-3# **Bo:** ja
- #00:34:06-1# **Dreng 2:** Udsagnsord og sådan lidt af hvert.

Ligeledes taler børnene flere gange om at de skal kunne spille imod deres venner i applikationen. Som beskrevet i afsnittet *Basiselementer i second screen-applikation* er det sociale ved en second screen-applikation en forudsætning, som børnene ikke diskuterer. Det sociale element og tanken om at skabe i fælleskab peger imod et virkemiddel der bygger på *fælles skabelse*.

Min tidligere identifikation af *fælles udtryk* som meningsgivende motiv for tweens (jvf. figur 5), peger også på, at det vil være relevant at have et interaktivt virkemiddel som arbejder med at give børnene mulighed for at lave *fælles skabelse*. For børnene er det interessante at se, hvordan deres input er med til at skabe et sammenhængende billede og også hvordan deres input bliver modtaget og brugt i det videre forløb. Dette virkemiddel hænger tæt sammen med *konstruering* idet de begge bygger på skabelse. Virkemidlerne afviger til gengæld fra hinanden på det sociale punkt. I *fælles skabelse* er der netop også fokus på, at det er et *fælles udtryk* og binder sig mere til det dominerende motiv om *accept af deres omgangskreds* end *konstruering* gør. Fælles skabelse handler altså om at give børnene følelsen af at deres handlinger ikke står isoleret, men at handlingerne er med til at give det samlede billede.

Som et virkemiddel på en second screen er *fælles skabelse* afhængig af integrationen med programmet. Det fælles udtryk skal ikke stå som en modstykke til programmets udtryk, men i stedet skal det kunne komplimentere det eller være ét samlet udtryk. Børnene skal være medskabere i at lave programmets udtryk. På den måde kan *fælles skabelse* arbejde med meningsgivende motiver som *fælles udtryk*, *medskabelse* og *ejerskab*. Yderligere er det vigtigt for *fælles skabelse* at det ikke bliver et statisk udtryk. Der er vigtigt for børnene at der er mulighed for at kunne arbejde videre, med det der allerede er skabt. Dette kunne eksempelvis tage form

som at i Minecraft¹¹ spillet, hvor brugerne kan bygge videre på andre brugeres konstruktioner. Børnene beskriver dette som en positiv egenskab ved Minecraft. I dette ligger der et ambivalent forhold til at se noget de har skabt, blive omformet til noget andet. På den ene side er det berigende at være skaber af noget, som andre bruger og på den anden siden kan ejerskabsfølelsen blive testet, hvis andre ikke bruger ens skabelse, som det er intentionen.

Idet ULTRA Live ville skulle fungere som platform for den fælles skabelse, er der også en grad af *social overlevering* af værdier i dette virkemiddel. Børnene vil være bevidste om det udtryk som allerede eksisterer for programmet, hvilket sandsynligvis vil være rammesættende for de inputs de selv kommer med. Hvis udtrykke fra starten har en karakter af at *være-gode-mennesker* er det sandsynligt, at dette udtryk vil blive videreført. Dog er det naturligvis også en mulighed at udtrykket kan drejes til noget negativt. Det kommer an på den konkrete implementation af udtryksmuligheder som et system har. Eksempelvis har facebook¹² valgt at brugerne kun skal kunne like og ikke dislike. På den måde har de forfordelt de positive feedback-handlinger i forhold til de negative. For at komme med en negativ respons på noget, skal brugerne af facebook skrive en kommentar, hvilket kræver mere indsats end at skulle like noget.

På denne måde kan fælles skabelse altså også arbejde med engagement der retter sig imod at *være-gode-mennesker* igennem en motivation som basere sig på social overlevering. Igennem *fælles udtryk, medskabelse og ejerskab* motiverne arbejder virkemiddelet med et engagement i *fastholdelse og medskabelse*.

Flere kompleksitetsniveauer

Flere gange i løbet af workshoppene snakker børnene om at nogle spil er sjove i et stykke tid, men så bliver kedelige i længden (uddrag 6). Det er vigtigt for dem at dette ikke skulle ske for deres system. En af de måder de foreslår at overkomme problemet på, er ved at introducere flere baner (uddrag 7). Ideen er her at banerne løbende skal byde på større eller nye udfordringer, for derigennem at fastholde deres opmærksomhed.

Uddrag 6, Bilag 8

- #00:23:53-2# **Dreng 2:** Der er mange spil der er sjov til at starte med, men så bliver kedeligt.
- #00:23:55-4# **Dreng 1:** Kunne man ikke lave et spil hvor man skulle parkere. Først så skulle man parkere en bil på en parkeringsplads. Så skulle man røve en bank. Så skulle man gå ind med en pistol.
- #00:24:07-0# **Dreng 2:** Men det skal jo være et børnespil også.
- #00:24:08-0# **Dreng 1:** Jaja, men så skal man gå ind og så skal man sige: Hænderne op! Og så skyder

¹¹ www.minecraft.net

¹² www.facebook.com

man [øhm...] overvågningskameraer. Og så skal man sigte på det.

#00:24:18-2# **Dreng 2:** Men det bliver for meget. Det skal også være et for børn på fem år.

#00:24:20-6# **Dreng 3:** Nej. Fordi det er ikke for børn.

#00:24:23-5# **Dreng 1:** Men vi skal jo også lige tænke på at de der... de er jo ikke sådan nogle...

#00:24:26-1# **Dreng 2:** Men det skal jo heller ikke blive voldeligt.

#00:24:27-7# **Dreng 3:** Det bliver jo heller ikke voldeligt.

Da deres system ikke skulle være et decideret spil, havde de meget svært ved at omsætte tanken om baner til en second screen-applikation. I en second screen-applikation som skal bruges i sammenhæng med ULTRA Live, vil det ikke give mening at arbejde med baner. Den funktion som flere baner har i et spil, kan sammenlignes med tanken om nye udfordringer og flere kompleksitetsniveauer. Det fjerde virkemider er derfor *flere kompleksitetsniveauer*.

Tanken om de *flere kompleksitetsniveauer* er ikke umulig at have i andre programmer end spil. Et program som iMovie¹³ er et eksempel på at det kan lade sig gøre at have forskellige niveauer af kompleksitet i brugen. I iMovie er det muligt at bruge en præfabrikeret skabelon til at lave et mini-film som har udtryk som en forfilm. Det eneste brugeren skal er at 'drag and droppe' videoklip ind på de relevante felter, hvorefter iMovie klarer resten. I den modsatte ende af kompleksitets skalaen, kan en bruger også tage fuldstændig kontrol over redigeringen og lave præcist det ønskede udtryk. Ved iMovie er målet altid at lave en videoproduktion, så de forskellige kompleksitetsniveauer retter sig imod det samme resultat. Målet for interaktionen med et second screen system er ikke nødvendigvis så tydeligt, hvilket gør de mindre åbenlyst hvordan tanken om flere kompleksitetsniveauer kan implementeres.

Hoversagligt bygger dette virkemiddel med *mestring* og *øvelse*, i form af at interaktionen netop har flere niveauer af kompleksitet. Idet børnene vil kunne blive bedre til at bruge systemet, vil dette motivere dem til at blive ved med at bruge systemet.

Samtidig er der også en grad af *medskabelse*, da det er muligt at være med til at skabe det samlede udtryk. Lige meget hvor lidt erfaring en bruger af systemet har med at bruge det, skal det være muligt for denne at give et meningsfyldt input. Ideen med flere kompleksitetsniveauer er netop at give både nybegyndere og garvede brugere af systemet muligheden for at bidrage med meningsfyldte handlinger. Disse handlinger ville skulle have forskellige relationer til programmet, for at kunne være meningsfyldte for programmet. Da en lavkompleksitetshandling vil være lettere at lave men fastlåst i sit udtryk – som et facebook like –, vil det også være sværere at udlede en dybere mening med

¹³ www.apple.com/ilife/imovie/

handlingen. Dog vil programmet hurtigere kunne omsætte inputtene til indhold, da udtrykkene er fastlåst. Omvendt vil højkompleksitetshandlinger – som eksempelvis skriftligt input eller tegninger –, være mere krævende at omsætte, da de ikke er ensrettet, men til gengæld vil inputtene være mere omfattende og have mere ‘personlighed’.

Med de meningsgivende motiver *mestring*, *øvelse* og *medskabelse* er det min påstand at *flere kompleksitetsniveauer* vil kunne motivere børnene til engagere i *fastholdelse* og *medskabelse*.

Patches & mods

Ud fra børnenes diskussioner om flere baner og den tidsmæssige holdbarhed af deres spil, kommer også ideen om *patches & mod(dification)s*. I uddrag 7 bliver drengene enige om at det vil være en god ide, hvis der løbende kommer nye baner til deres spil. De håber at kunne forlænge holdbarheden af deres spil. Tanken om løbende udgivelser af baner er ligesom før, ikke direkte til at implementere i et second screen system. I stedet for at udgive baner, ville et second screen system kunne udgive tilføjelser og modifikationer til selve systemet.

Uddrag 7, Bilag 8

#00:30:32-0# **Dreng 4:** Og når der kommer.. Nogle gange skal der altså også komme opdateringer.
#00:30:35-3# **Bo:** Ja.
#00:30:35-9# **Dreng 2:** Ja.
#00:30:37-8# **Dreng 4:** For eksempel når der kommer nye baner og sådan noget.
#00:30:42-9# **Dreng 3:** Hver dag eller...
#00:30:42-9# **Dreng 4:** Nej ikke hver dag. Det skal nok være en gang om ugen eller sådan noget.
#00:30:50-3# **Dreng 2:** Så hvis man starter med mange baner så behøves det altså ikke være en gang om ugen.
#00:30:57-6# **Dreng 4:** Nej det er jo også sådan at...
#00:30:57-6# **Dreng 2:** Det skal være sådan at der er verdner og levels, vil jeg sige.
#00:30:57-6# **Bo:** [mmm]

Drengene, der i workshop I fortalte om trampolinspring, understregede, som beskrevet i afsnittet *Medskabelse* side 50, at den løbende udvikling og sammensætning af spring var med til at gøre deres aktivitet spændende. Dette peger ligeledes imod tanken om *patches & mods* som interaktive virkemiddel. På samme måde som der er en udvikling i trampolinspringene, kan der med *patches & mods* også være en udvikling i, hvordan second screen-applikationen fungerer.

Ideen om patches og mods til second screen systemer, er sammenlignelig med det der eksisterer i spilverdenen. Ved hjælp af patches og mods kan et spil opdateres løbende efter forbrugeren har købt spillet. Det er ofte en form for udvidelse af funktionaliteten, som bliver stillet til rådighed for forbrugeren. I modsætning af nye versioner af et system er patches og mods valgfrie tilføjelser til systemet og ikke en komplet erstatning. De fungerer altså mere som personalisering af

INTERAKTIVE VIRKEMIDLER

SOM KAN MOTIVERE TIL ENGAGEMENT PÅ EN SECOND SCREEN

VIRKEMIDLER	Konstruering	Medskabelse Egerskab Mestring Kombinere dele	MOTIVER
	Personlighedsafspejling	Selviscenesættelse Fremvisning Øve / opvise Mestring Køns identitet.	
	Fælles skabelse	Fælles udtryk Medskabelse Egerskab	
	Flere kompleksitetsniveauer	Mestring Øve	
	Patches & mods	Mestring Medskabelse	

systemet som den enkelte bruger vælger ud fra egne ønsker. I spil kan det eksempelvis være udskiftning af den grafiske stil til et bestemt tema såsom pirat eller lignende.

På en second screen kan udførslen være meget lignende det i spilverdenen. Det kræver naturligvis også, at der er en form for brugerprofil i systemet, hvilket stemmer overens med *personlighedsafspejlings* virkemidlet. Forskellige visuelle stile kunne være med til at gøre børnene mere engageret i at interagere med systemet. Det vigtige ved *patches* & *mods* er, at de bliver frigivet løbende, så der kontinuerligt vil være nye muligheder, som børnene kan undersøge og tage ejerskab over. De værktøjer eller interaktionsmuligheder som er til rådighed, kan også videreudvikles eller personaliseres igennem patches og mods. Dette er dog mere problematisk i den større sammenhæng, da brugere, som ikke har de samme udvidelser, i så fald ikke kan interagere med hinanden igennem udvidelserne.

I sammenhæng med et tv-program kan *mods* & *patches* også bruges til særlige situationer i programmet, som kræver en ny interaktionsmåde. Ved et bestemt tema eller en bestemt gæst kan det være oplagt at have en særlig form for kontakt til seerne. Med patches og mods ville dette være mindre forvirrende for børnene, da det med virkemidlerne er mere tydeligt, at det er en ny tilføjelse til systemet. Børnene ville selv skulle være ansvarlige for at installere udvidelsen, hvis de syntes at det er relevant. På den måde bliver der givet mere *ejerskab* over systemet til børnene, hvilket vil motivere dem til et engagement, der er rettet imod *medskabelse*. Samtidig vil en mulighed for at lave personalisering også give børnene en mulighed for *fremvisning*, *måle sig mod andre* og *selvscenesættelse*, hvilket vil kunne motivere til et engagement, som retter sig imod *fastholdelse* og *selvscenesættelse*.

Fem virkemidler som motiverer til deltagende engagement

Det er således min påstand at disse fem interaktive virkemidler, igennem de anførte motivationer (se oversigt i figur 7), kan skabe et deltagende engagement hos tweens, som retter sig imod den type engagement, som DR ønsker at have i ULTRA Live. Jeg mener at have belæg for dette igennem mine to workshops og den teori om motivation jeg har redegjort for – dvs. CHAT. Igennem det nærværende hovedafsnit har jeg 1) beskrevet hvordan ideen bag de fem virkemidler er opstået ud fra mine workshops og 2) argumenteret for at disse virkemidler vil lade en second screen med et æstetisk potentiale.

Disse fem virkemidler skal dog ikke forstås som en endegyldig liste. Der vil med alt sandsynlighed være en mængde andre virkemidler som også vil kunne virke motiverende for børnene i workshoppene. Krystalliseringen af de meningsgivende motiver i virkemidlerne basere sig på min tilgang til feltet og på de børn jeg har

haft med i mine workshops. Især er navnene på virkemidlerne en fortolkning af børnenes diskussioner, som baserer sig på min sociokulturelle situerede position i verden. Mine beskrivelser af virkemidlerne er mere fyldestgørende og afspejlende bedre det børnene beskriver som vigtigt, end navnene i sig selv gør. Selvom navnene på virkemidlerne er forsimplede i forhold til beskrivelserne, gør begrebsliggørelsen af tankerne det lettere at arbejde med de aspekter, som børnene finder vigtige i et second screen system.

For disse virkemidler er det også vigtigt at pointere, at de ikke har et stringent kausalitetsforhold. Det er ikke garanteret at implementeringen af virkemidlerne, vil forsage de beskrevne engagementstyper, men det er min påstand at disse virkemidler vil øge sandsynligheden for at børnene fra mine workshop engagerer sig på de pågældende måder. Virkemidlerne vil foreslå en bestemt interaktionsform, som opfordre børnene til at handle på en bestemt måde, men valget ligger stadig hos det enkelte barn. Hvis barnet ikke vil lave en bestemt handling, er konstruktion i det interaktive system nyttesløs.

Dette konkluderer den del af mit speciale som er beskrivelsen og analysen af mit case-arbejde. Det er nu på tide at samle op på den tråd som jeg startede på i hovedafsnittet *Relateret arbejde*, side 25. I det følgende afsnit vil jeg derfor diskutere mit resultat op imod en større sammenhæng. Hvilket både vil sige i relation til DR, og også i relation til det felt som udgør forskningen i interaktionsdesign.

DISKUSSION

På trods af mit forsøg på at arbejde med børnenes ideer til second screen-applikationer på et mere generelt plan igennem min analyse, er de fem interaktive virkemidler stadig case-specifikke. Alt mit arbejde skal ses i lyset af ULTRA Live programmet, der satte den indledende retning for min undersøgelse. Læseren kan slædes spørge hvilken konsekvens disse fem interaktive virkemidler har for andet end netop denne undersøgelse. Dette diskussionsafsnit skal derfor tjene som en kontekstualisering af virkemidlerne i forhold til en større sammenhæng. I første omgang vil jeg diskutere virkemidlernes betydning for DR og efterfølgende vil jeg diskutere mit resultat op imod interaktionsdesignfeltet. I den sidste del tager jeg udgangspunkt i det relaterede arbejde jeg indledningsvist beskrev, og kommer i den forbindelse ind på hvor grænserne for min undersøgelse går.

070

Et potentiale for DR

I ULTRA Lives ønske om at engagere børnene og have dem til at interagere med programmet, ligger udfordring i at kunne give børnene følelsen af, at de får mere tilbage end hvad de giver. Selvom måden vi ser fjernsyn på allerede har ændret sig, skal DR stadig kæmpe imod den etablerede fjernsynspraksis. Ved at introducere et second screen system i situationen vil DR forsøge at ændre på brugerens motivationen for at se fjernsyn og skabe et nyt "behov". For ULTRA Live kan de fem virkemidler jeg har identificeret være med til at motivere tweens til at interagere med programmet, men at lave et system som gør brug af virkemidlerne er ikke nok. For at kunne skabe den forbindelse til børnene som DR ønsker, skal der også en forståelsesmæssig ændring til. Idet børnene påpeger at second screen systemet også skal kunne bruges når programmet ikke bliver sendt, er det uhensigtsmæssigt at italesætte systemet som en interaktion med et program. I stedet for at forstå ULTRA Live som et program, vil det være mere givtigt at

forstå det som et “univers”. Forstået på den måde at ULTRA Live ikke kun er det, der bliver vist på fjernsynet. Dét der bliver vist på fjernsynet skal ikke være det “rigtige” ULTRA Live, hvor second screen indholdet er blevet påduttet. Ved at forstå det som et univers kan programmet og second screen indholdet blive ligestillet, hvilket vil gøre sandsynligheden for en succesfuld second screen oplevelse større. ULTRA Live kan i stedet være en enhed som seeren kan have forskellige berøringsflader med. De teknologiske grænser imellem medierne er så udviskede, at det ikke burde være problematisk, men i praksis er det naturligvis ikke så let.

I den ovenstående sammenhæng bevæger jeg mig ud over min oprindelige definition af hvad en second screen begrebet dækker over. At tilgå ULTRA Live indhold på et tablet pc er ikke i sig selv en second screen oplevelse. Kun i de tilfælde hvor brugeren ser programmet og bruger tablet pc'en samtidig, er der tale om en second screen oplevelse, hvilket dog kunne vise begrænsningen af second screen som begreb og ikke noget om hvordan situationen burde være.

Selvom virkemidlerne bygger på ULTRA Lives ønsker, er de ikke nødvendigvis begrænset til kun at give mening i sammenhæng med ULTRA Live programmet. Virkemidlerne har en sådan karakter at de ville kunne bruges i en bredere sammenhæng. Eksempelvis ville det give mening at lave et second screen system til DR ULTRA kanalen i stedet for til hvert enkelt program. DR ULTRA har så snæver en målgruppe og så ensartet en sendeflade, at virkemidlerne kunne være givtige i forhold hele kanalen. Hvis DR skulle gøre mere ud af deres second screen ambitioner ville det i så fald være fordelagtigt at gøre det på tværs af alle deres programmer og jeg mener at virkemidlerne jeg har identificeret, ville kunne hjælpe med at motivere børnene til at engagere sig i programmerne.

Igen skal det understreges at virkemidlerne ikke er en facitliste for, hvordan DR kan motivere børnene. I en bredere sammenhæng – end den mine to workshops udgør – vil der være andre forhold, som skal tages højde for. Eksempelvis vil de programmer som ikke bliver sendt live skulle forholde sig til hvordan børnene kan engagere sig i programmet, uden at programmet direkte kan respondere. Her ville hele dialogen imellem barn og programuniverset skulle foregå på den sekundære skærm.

I en bredere sammenhæng kan virkemidlerne snare fungere som et pejlemærke for DR, i henhold til hvilken karakter interaktive elementer i et second screen system skal have. Virkemidlerne jeg har identificeret har en legende karakter, hvilket blandt andet skyldes min *Fictional Inquiry* workshop. Workshopen tog udgangspunkt i, at børnene i første omgang skulle lave et spil. Havde jeg valgt anderledes er det ikke sikkert, at virkemidlerne havde haft samme karakter. Dog har legen en vigtig rolle i kraft af, at det har været et af de tidligere dominerende motiver. Det er derfor ikke usandsynligt at en legende tilgang alligevel havde været tilstede i virkemidlerne, selvom *udforskning af roller* er det dominerende motiv for tweens.

Både min undersøgelse og litteraturen peger på en række motiver som er tilstede i børn i vores kultur, og som ville være givende for DR at arbejde med i forhold til at engagere børnene. Min undersøgelse giver et bud på, hvordan disse motiver kan blive implementeret. For DR betyder dette at et second screen system til ULTRA kanalen, ville kunne drage nytte af *personlighedsafspejlings* virkemidlet, som et eksempel på hvordan børnenes motiv for at eksperimentere med roller kan tage form. Ligeledes er *Konstruering*, og *fælles skabelse* eksempler på hvordan et system kan arbejde med et legemotiv. *Flere kompleksitetsniveauer* og *patches & mods* er et eksempel på hvordan et system kan arbejde med et læringsmotiv, som ligeledes er et af de dominerende motiver.

Et område i interaktionsdesignfeltet

Min undersøgelse forholder sig ikke kun til, hvordan DR kan lave en second screen-applikation, men også til de forskningsfelter som arbejder med interaktionsdesign og second screens. Min undersøgelse ligger i feltet hvor disse overlapper med forskningen i engagement og motivation.

DISKUSSION

072

Arbejdet som Dindler & Iversen (2009) samt Stenild & Iversen (2012) har lavet om motivation, forholder sig til en museums- og en skolekontekst, hvilket ikke umiddelbart er sammenlignelig med min second screen kontekst. I en skole er den overordnede sammenhæng, at børnene skal lære, hvilket det også kan siges at være på et museum. I modsætning til dette har second screen konteksten mere en karakter af at skulle underholde. Den primære grund, børnene i min undersøgelse har til at have en second screen oplevelse, er underholdning. På trods af dette adskiller mine resultater om børns motivation sig ikke betydeligt fra Dindler, Iversen og Stenilds arbejde. Dette skyldes blandt andet det fælles udgangspunkt i CHAT, som ramme for motivationsdannelse. De dominerende motiver er de samme lige meget om konteksten er et museum eller en second screen oplevelse. Dog har min undersøgelse vist, hvordan syv børns motivation kan afspejles i fem interaktive virkemidler på en second screen. Overordnet er *skabelse*, *mestring* og *selviscenesættelse* de vigtigste faktorer for børnenes engagement. I modsætning til Dindler & Iversens arbejde med at bruge stimulerende motiver til at engagere de besøgende i på et museum, hvor fokus er at formidle kulturhistorie, er disse ikke et forsøg på at lære brugeren noget. Målet med engagement i min undersøgelse har mere karakter af at skulle give børnene en oplevelse. Dog er det i kraft af DR's ønsker for engagementet stadig et forsøg at målrette oplevelsens udtryk. Mine resultater er på den måde mindre fornufts- og mere underholdningsorienteret.

Ligesom Dindler & Iversen (2009) har jeg taget udgangspunkt i, at motivation er grunden til at mennesker engagere sig i verdenen. Ud fra dette har jeg behandlet engagement som et stadie, brugeren kan motiveres til at opnå. Min undersøgelse forholder sig således til hvordan tweens kan engagere sig i et program igennem en second screen. Mit arbejde med engagement ligger sig op af Dindler &

Dalsgaards (2009) arbejde med *means of engagement*. I stedet for at bruge *means* begrebet, har jeg brugt ideen om interaktive virkemidler, til at beskrive de specifikke konstruktioner en interaktionsdesigner kan lave for at lade designet med et bestemt potentiale for oplevelser. Disse virkemidler er således eksempler på, hvordan et system kan opfordre til *meaningful* engagement. I interaktionen med et second screen system, mener jeg netop, at det er muligt at have et *involvement* baseret engagement, selvom den fysiske *exertion* er meget begrænset. Mine resultater viser hvordan tanken om *meaningful* engagement kan tage sig ud i second screen oplevelsen for tweens. Virkemidlerne er her et forsøg på at målrette oplevelse imod et æstetisk engagement i ULTRA Live. Forstået på den måde at børnene skal have en æstetisk oplevelse ved at se programmet og bruge second screen systemet samtidig. I modsætning til de der har arbejdet med æstetisk interaktion som en legende måde at interagere med et system på (eksempelvis Petersen et. al. 2004), har jeg forsøgt at arbejde med æstetisk interaktion ud fra tanken om *æstetisk erfaringsdannelse* (Nielsen 2007), uden at ligge vægt på det legende element. Med de fem virkemidler mener jeg at have givet et bud på koncepter for, hvordan interaktionen kan formes som opfordrer til en æstetisk oplevelse, uden at interaktionen har en speciel legende natur.

I forhold til forskningen i den ændring der ér sket og til stadighed sker, i måden hvorpå mennesker konsumerer videoindhold på et fjernsyn, ligner min undersøgelse ikke det arbejde der allerede er blevet lavet. Den forskning der er lavet som baserer sig på samme forståelse for second screens, som jeg har i denne undersøgelse, omhandler alene twitter. For det første betyder dette at målgruppen er en helt anden og for det andet – og mere vigtigt – betyder dette at disse undersøgelser er bagudskuende. Disse undersøgelser har til formål at forstå og beskriver den eksisterende praksis. I modsætning til dette er min undersøgelse fremadskuende og arbejder med at forstå det, der endnu ikke eksisterer. For min undersøgelse har dette betydet, at jeg har været nødt til ‘skabe’ et behov¹⁴ ved børnene i min anden workshop. For at kunne undersøge hvad børnene ville finde vigtigt ved et second screen system, har jeg måtte opstille en verden hvor disse systemer var selvfølgelige. For mig som interaktionsdesigner og som undersøger der fokuserer på viden om nye brugsmønstre og artefakter, var det nødvendigt at gøre dette, da behovet, som Hasle (2012) pointerer, ikke eksisterer i verden af sig selv.

De undersøgelser som har været fremadskuende, har ikke arbejdet med second screens potentiale til at udvide oplevelsen af at se fjernsyn uden at ændre på fjernsynsmediet. I stedet har de haft fokus på det sociale element, og arbejdet med hvordan folks socialitet kan have et afløb i gennem fjernsynet. Det sociale element er også blevet brugt til at gøre opdagelsen af indhold lettere for den enkelte seer. I modsætning til dette arbejder jeg i min undersøgelse med hvordan en

¹⁴ I denne sammenhæng skal behov ikke forstås som de basale biologiske behov, men i stedet som den menneskelige trang efter noget bestemt.

brugeroplevelsen kan videreudvikles, på en måde som ikke fokuserer på at hjælpe seere med at finde indhold, men i stedet fokuserer på at ændre selve oplevelsen fra at være rent passivt til også at have et aktivt element. Et element som beriger selve oplevelsen af at se programmet og ikke kun oplevelsen af at bruge et fjernsyn.

Den vinkel på second screens som jeg i denne undersøgelse applicerer, minder altså ikke om det forskere allerede har behandlet. Kombination af at se på motivation for engagement og en second screen i en fremadskuende undersøgelse er ikke blevet gjort før. En undersøgelse af dette er relevant, da seere allerede bruger smartphones og tablet pc'er i fjernsynssituationen, og det er derfor en naturlig udvikling at gøre brug af disse enheder til at berige programmerne.

Min undersøgelse og de fem virkemidler viser relevansen af at arbejde med second screens, på dem måde jeg har gjort det. Ideerne bag virkemidlerne er på nogle måder ikke specielt nyskabende i relation til hvordan interaktion konceptualiseres. Eksempelvis er personafspejling et fænomen som findes i mange computerspil og applikationer. En service som Foursquare¹⁵ bruger blandt andet badges til at fastholde en bruges handlinger i systemet, så det er synligt for brugeren og de andre brugere. Nyskabelse er dog ikke nødvendigvis en god ting i forhold til interaktionen med et system. Fordelen ved at lægge sig op ad ideer som mange brugere allerede er bekendt med, er at de lettere forstår systemet og hvordan de skal bruge det. Hvis alt var anderledes, ville brugeren have sværere ved at komme i gang med at bruge systemet.

Virkemidlerne antyder, at det ville være givtigt at undersøge denne brug af second screens yderligere. Min undersøgelse af motivation for engagement på en second screen er meget begrænset i forhold til interaktionsdesign feltet. Dog har det været nødvendigt at arbejde meget fokuseret med ét perspektiv på dette for at få nogle konkrete resultater. Interaktive virkemidler er naturligvis ikke det eneste der har betydning for hvordan tweens engagerer sig på en second screen. Alene forskellen på en smartphone og en tablet pc kan have betydning for hvordan tweens tilgår et second screen system.

Et aspekt som jeg ikke har arbejdet nærmere med i min undersøgelse, er hvordan engagement skal kunne bibeholdes igennem interaktionen. Det arbejde som Dalsgaard et. al. (2011) har lavet om *the dynamics of engagement* viser at det ville være relevant at undersøge hvordan de emergerende, transformerende og relationelle forhold imellem *kulturen, det fysiske, indholdet* og *det sociale*, forholder sig til tanken om interaktive virkemidler som medvirkende faktorer for at fastholde et engagement. Dalsgaard et. al. lister ikke *interaktionen* eller det *interaktive gestalt* som faktorer der har betydning for *the dynamics of engagement*, men i kraft at min undersøgelse mener jeg at *interaktionen* også har en betydning.

¹⁵ www.foursquare.com

Sammenhængen imellem de fem elementer ville derfor være interessant at undersøge i relation til *the dynamics of engagement* på en second screen.

I min undersøgelse har jeg altså ikke forholdt mig til hvordan disse virkemidler præcist vil fungere over længere tid. Der vil sandsynligvis være forskel på hvor gode hvert af de respektive virkemidler er til at fastholde børnenes engagement i længere tid. I den sammenhæng forholder min undersøgelse sig heller ikke til hvordan statiske elementer i systemet kunne være medvirkende til at engagere børnene.

I forhold til min overforstående beskrivelse af hvordan virkemidlerne forholder sig til *meaningful* engagement, er det nærliggende at påpege, at min undersøgelse ikke direkte forholder sig til *exertion* som en måde at være engageret på. Selvom en af DR's ønsker for ULTRA Live var *relateret aktivitet*, vil den opmærksomme læser have noteret sig at ingen af virkemidlerne direkte arbejder med dette aspekt. Dette skyldes primært den måde hvorpå jeg udførte workshop II. Idet jeg udelukkende havde børnene til at arbejde med et second screen system på en iPad, er det usandsynligt at børnene selv ville finde på at forbinde en fysisk udfoldelse med systemet. Havde jeg haft en række anonymt udsende artefakter med som børnene skulle anvende sammen med second screen systemet, kunne dette have givet anledning til en bedre indsigt i aktiv udfoldelse. Min undersøgelse arbejder altså ikke med, hvordan *exertion engagement* også ville kunne understøtte oplevelsen for børnene. For at kunne belyse dette nærmere ville det være nødvendigt med en ny undersøgelse. I en sådan undersøgelse ville det yderligere være nødvendigt at behandle hvordan *meaningful* og *exertion* engagement afhænger af hinanden. Blandt andet ville det være relevant at overveje hvorvidt det ville give mening at tale om, at *exertion* engagement ville kunne betragtes ud fra en *æstetisk* vinkel eller om dette kun kan forholde sig til *meaningful* engagement.

Battarbee (2003) har arbejdet med interaktionsdesign og *co-experiences*, og påpeger at et interaktivt system, som skal kunne bruges af flere på én gang, har udfordringer som ikke er lig det et enkeltmandsbaseret interaktionssystem har. Dette er endnu et aspekt, som min undersøgelse ikke tager højde for. Hvad sker der når to børn ser fjernsyn sammen, men kun har én tablet pc? Det er ikke usandsynligt at dette ville være tilfældet i et hjem med flere børn eller når et barn leger med vennerne. Her ville *personlighedsafspejling* eksempelvis skulle genovervejes. Ved kun at have *personlighedsafspejling* af det ene barn, ville dette barn have mere ejerskab i brugssituationen, end det andet. Dette er ikke nødvendigvis et problem, da det afhænger af, hvad intentionen med det pågældende system er. I relation til ULTRA Live er det oplagt at understøtte *co-experiences* og her ville *personlighedsafspejling* skulle implementeres derefter. Til gengæld ville *fælles skabelse* kunne blive understøttet på en meget mere udtalt måde, hvis børnene kunne være sammen om at bruge second screen systemet. Her ville det være fordelagtigt at trække på Petersens (2007) arbejde med teknologier til *co-experiences* i hjemmet. Hendes arbejde forholder således sig til hele familien,

hvilket min undersøgelse netop ikke gør. I denne undersøgelse har jeg ikke forholdt mig til, hvordan brugeren af second screen systemet eventuelt vil blive påvirket af tilstedeværende familiemedlemmer.

Da ULTRA Live bliver sendt live, har jeg udelukkende forholdt mig til hvordan et second screen system kan understøtte synkrone brugsscenarioer. Der vil være nogle naturlige begrænsninger for et second screen system, som skulle understøtte asynkrone oplevelser. På trods af dette er de fem virkemidler ikke begrænset til at fungere til en synkron oplevelse. *Personlighedsafspejling*, *flere kompleksitetsniveauer* og *patches & mods* afhænger ikke direkte af det, der sker i programmet og ville på den måde kunne fungere både asynkront og synkront. *Konstruering* og *fælles skabelse* er til gengæld mere bundet op på, at der er en aktivitet i programmet som sætter rammen for disse virkemidler. De er på den måde mindre givende at have i en asynkron second screen oplevelse, idet programmet ikke aktivt kan bruge det input som seerne generere. Selvom min undersøgelse ikke udelukkende har medført resultater, der er brugbare for synkrone second screen oplevelser, har dette været fokus. Derfor kunne det også være interessant at undersøge hvordan second screen systemer kunne forholde sig til "bandede" programmer. Både i forhold til hvilke interaktive virkemidler, der i disse situationer kunne engagere børn, men også i forhold til hvordan indholdet på den sekundære skærm kunne forholde sig til indholdet på den primære skærm.

Karakteren af indholdet på en second screen, har jeg i dette speciale ikke beskrevet i dybden, hvilket grunder i, at indholdet har en tæt knytning til de interaktive virkemidler. Virkemidlerne skulle for så vidt muligt kunne virke med en mængde forskelligartet indhold, hvilket også er grunden til, det forholdsvise abstrakte niveau de ligger på. Dog har indholdet i min undersøgelsesproces, i kraft af workshop II, taget form som et spil. Børnene udviklede specifikt indhold til et second screen system til ULTRA Live, i form af deres spil. Dette har haft en indflydelse på hvordan virkemidlerne har taget form, men på en sådan måde at det er rettet imod børn, da spil netop ofte er engagerende for børn. Det betyder til gengæld også, at virkemidlerne ikke nødvendigvis er relevante for andre end børn. For at svare på hvilke interaktive virkemidler andre aldersgrupper bliver engageret af, skulle der en ny undersøgelse til.

I *fælles skabelse* og *personlighedsafspejling* virkemidlerne er der et underforstået socialt element og i afsnittet *Basiselementer i second screen-applikation*, side 58, belyste jeg hvordan børnene omtalte sociale funktioner som en selvfølgelighed. Dog er jeg ikke gået i dybden med dette, da der allerede eksisterer forskning i børns socialisering på internettet (se eksempelvis Antle 2004 og Walsh et. al. 2011). I denne undersøgelse har jeg således kun arbejdet lidt med det sociale element, igennem tanken om *fælles skabelse* og *personlighedsafspejling*. Det ville imidlertid være nødvendig med en nærmere undersøgelse for at kunne bestemme, om en second screen vil have indflydelse på hvordan børn socialisere. Hvordan vil

de eksempelvis reagere på at skulle bruge et tv-program som platform for at være social?

Selvom virkemidlerne er bundet op på min undersøgelse og min case, har de altså også anvendelighed for både DR og forskningsfeltet. DR kan bruge virkemidlerne som en guide til hvordan second screen oplevelsen kan se ud, og som en opfordring til at overveje hvilken position second screens skal have i relation til deres programmer. For interaktionsdesignfeltet har jeg påpeget, at der mangler forskning i dette område, samt identificeret en række problemstillinger som yderligere kan undersøges.

KONKLUSION

I dette speciale satte jeg mig for at besvare spørgsmålet “**Hvilke interaktive virkemidler på en second screen kan motivere tweens til at engagere sig i et live magasin-program?**”.

078

Igennem mine tre interviews med DR og to workshops med tweens, er jeg kommet frem til fem interaktive virkemidler: *konstruering, personafspejling, fælles skabelse, flere kompleksitetsniveauer og patches & mods*. Inden for rammen af min undersøgelse er det min påstand, at de fem virkemidler vil motivere tweens til at engagere sig i ULTRA Live, hvilket jeg igennem specialet har argumenteret for.

Virkemidlerne er ikke en facitliste for, hvordan DR kan skabe engagement, men skal, for dem, forstås som et pejlemærke for hvilke elementer børnene vil reagere positivt på. Især for et live program er second screens en oplagt mulighed for at skabe en engagerende oplevelse, men for tweens er den nuværende chat-funktion i ULTRA Live ikke specielt engagerende. De fem virkemidler peger i retningen af en interaktion med programmet, der er mere visuel og har andre udtryksformer en tekst.

For mange seere er der allerede en mobil enhed i fjernsynssituationen, hvor indholdet, i skrivende stund, ikke har en tilknytning til tv-programmet. For DR er det en oplagt mulighed at være tilstede på denne platform, men samtidig er det utopisk at tro at de kan have hele seerens opmærksomhed. Seerens multitasking foran fjernsynet skal ikke betragtes som en negativ ting, men en mulighed for programmerne til at kunne interagere med seeren. Og det er op til DR at gøre det så attraktivt, at seeren har lyst til at interagere med programmet.

For DR er second screens en virkelig problemstilling, men også en mulighed, hvilket i sig selv gør det relevant for interaktionsdesignfeltet at beskæftige sig

med. Igennem begrebet *interaktive virkemidler*, har jeg arbejdet med ideen om, at en interaktionsdesigner kan lade en second screen med et *æstetisk potentiale* igennem specifikke konstruktioner i det *interaktive gestalt*. Igennem de fem konkrete virkemidler, har jeg eksemplificeret hvordan de kan tage form og hvordan de kan motivere tweens til engagement. Virkemidlerne er i denne forståelse et eksempel på, hvordan den specifikke udformning af interaktionen er rammesættende for brugsoplevelsen af en second screen.

Den måde hvorpå jeg har behandlet second screen fænomenet, er ikke tidligere blevet gjort i en fremadskuende undersøgelse. Mit speciale bidrager derfor med at udpege et område i interaktionsdesignforskningen som ikke er blevet undersøgt. Det er min påstand at dette område er relevant at undersøge nærmere og jeg mener at have belæg for dette igennem min teoretiske redegørelse og analytiske undersøgelse af second screens. Selvom min undersøgelse af motivation for engagement og second screens berører flere forskningsområder, har det primære fokus været på de interaktive virkemidler og mit bidrag forholder sig derigennem primært til interaktionsdesignfeltet.

KONKLUSION

079

Min undersøgelse har belyst ét udsnit af second screens fænomenet og på samme tid også identificeret en række interesseområder, som jeg dog, i henhold til specialets fokus og omfang, har undladt at arbejde med. I diskussionen belyste jeg blandt andet hvordan det ville være relevant at undersøge *the dynamics of engagement* i sammenhæng med hvordan et engagement på second screens udvikler sig over tid. Ligeledes diskuterede jeg hvordan socialisering og *co-experiences*, ville være værd at undersøge nærmere, da *udforskning af roller* er et af børnenes dominerende motiver. I forhold til koblingen imellem second screen og tv-program, diskuterede jeg hvordan en undersøgelse af en *asynkron* kobling også ville være relevant, da de fleste tv-programmer ikke har live indhold.

Min undersøgelse kan bruges konkret af DR, men samtidig fungerer den også for interaktionsdesignsfeltet, som et første forsøg på at arbejde med de udfordringer og muligheder der tilhører forskningen i interaktionsdesign til second screens.

LITTERATUR

Antle, A. (2004): *Supporting children's emotional expression and exploration in online environments.* In Proceedings of the 2004 conference on Interaction design and children: building a community (IDC '04). ACM, New York, NY, USA, 97-104

Battarbee, K. (2003): *Defining co-experience.* In Proceedings of the 2003 international conference on Designing pleasurable products and interfaces (DPPI '03). ACM, New York, NY, USA, 109-113.

Bernhaupt, R., Obrist, M. & Tscheligi, M. (2007): *Usability and usage of iTV services: lessons learned in an Austrian field trial.* Comput. Entertain.. 5, 2, pages.

Bødker, S. (2006): *When second wave HCI meets third wave challenges.* In Proceedings of the 4th Nordic conference on Human-computer interaction: changing roles (NordiCHI '06), Anders Mørch, Konrad Morgan, Tone Bratteteig, Gautam Ghosh, and Dag Svanaes (Eds.). ACM, New York, NY, USA, 1-8.

Bødker, S. & Iversen, O. S. (2002) *Staging a professional participatory design practice: moving PD beyond the initial fascination of user involvement.* In Proceedings of the second Nordic conference on Human-computer interaction (NordiCHI '02). ACM, New York, NY, USA, 11-18.

Børsen (2013): *Ind med DR3 - ud med DR HD.* (http://borsen.dk/nyheder/medier/artikel/1/249629/ind_med_dr3_-_ud_med_dr_hd.html#ixzz2dlZCp02B)

- Buchanan, R. (1992):** *Wicked Problems in Design Thinking*. Design Issues, Vol. 8, No. 2 (Spring, 1992), pp. 5-21, MIT Press
- Creswell, J. W. (2009):** *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 3th edition. SAGE publications Ltd, London.
- Dalsgaard, P. & Dindler, C (2009):** *Peepholes as means of engagement in interaction design*, In proceedings of Nordes 2009.
- Dalsgaard, P., Dindler, C. & Halskov, K. (2011):** *Understanding the Dynamics of Engaging Interaction in Public Spaces*. In Proceedings of Interact 2011, Lisbon.
- Dindler, C. (2010):** *Fictional space in participatory design of engaging interactive environments*. Dissertation. (http://www.native.dk/dindler_dissertation_web.pdf)
- Dindler, C. & Iversen, O. S. (2007):** *Fictional Inquiry - Design Collaboration in a Shared Narrative Space*. Journal of CoDesign, Taylor & Francis, Vol. 3 (4), pp. 213-234.
- Dindler, C. & Iversen, O.S. (2009):** *Motivation in the museum - mediating between everyday engagement and cultural heritage*. Proceedings of Nordes 2009.
- Doughty, M., Rowland, D., & Lawson, S. (2012):** *Who is on your sofa?: TV audience communities and second screening social networks*. In Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video (EuroITV '12). ACM, New York, NY, USA, 79-86.
- DR (2013):** *Nye kanaler går i luften den 4. marts* (<http://www.dr.dk/DRPresse/Artikler/2013/02/06/092406.htm>)
- Ducheneaut, N., Moore, R. J., Oehlberg, L., Thornton, J. D. & Nickell, E. (2008):** *SocialTV: designing for distributed, sociable television viewing*. International Journal of Human-Computer Interaction. 2008 February; 24 (2): 136-154
- El'konin, D.B. (1971):** *Toward The Problem of Stages in the Mental Development of Children*. Soviet Psychology. <http://www.marxists.org/archive/elkonin/works/1971/stages.htm>
- Flick, U. (2006):** *An introduction to Qualitative Research, third edition*. SAGE publications Ltd, London.
- Frayling, C. (1993):** *Research in Art and Design*. Royal College of Art Research Papers 1, 1 (1993),1-5.

Geerts, D., Cesar, P. & Bulterman, D. (2008): *The implications of program genres for the design of social television systems.* In Proceedings of the 1st international conference on Designing interactive user experiences for TV and video (UXTV '08). ACM, New York, NY, USA, 71-80

Geertz, C. (1973): *The Interpretation of Cultures.* Basic Books, New York, USA.

Google (2012): *The New Multi-screen World: Understanding Cross-platform Consumer Behavior* (<http://www.google.com/think/research-studies/the-new-multi-screen-world-study.html>)

Hasle, J. (2010): *Manifesto / Introduction.* In Hasle, J., Brandt, E., Clark, B., & Binder, T. (2010) *Rehearsing the Future.* The Danish Design School Press, Copenhagen.

Hedegaard, M. (1995): *Tænkning, viden, udvikling.* Aarhus universitetsforlag, Aarhus

Hess, J., Ley, B., Ogonowski, C., Wan, L. & Wulf, V. (2011): *Jumping between devices and services: towards an integrated concept for social tv.* In Proceedings of the 9th international interactive conference on Interactive television (EuroITV '11). ACM, New York, NY, USA, 11-20.

Ihde, D. (1990): *Technology and The Lifeworld – From Garden To Earth.* Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis.

Iversen, O. S. & Dindler, C. (2008): *Pursuing aesthetic inquiry in participatory design.* In Proceedings of the Tenth Anniversary Conference on Participatory Design 2008 (PDC '08). Indiana University, Indianapolis, IN, USA, 138-145.

Iversen, O. S. & Smith, R. C. (2012): *Scandinavian participatory design: dialogic curation with teenagers.* In Proceedings of the 11th International Conference on Interaction Design and Children (IDC '12). ACM, New York, NY, USA, 106-115.

Iversen, O. S., Krogh, P. & Petersen, M. G. (2003): *The Fifth Element – Promoting the Perspective of Aesthetic Interaction.* in proceedings of The Third Danish HCI Research symposium, Roskilde, nov 2003

Koskinen, I., Zimmerman, J., Binder, T. Redström, J & Wenseen, S. (2011): *Design Research Through Practice – From the Lab, Field, and Showroom.* Morgan Kaufmann publications. MA, USA.

- Krogh, P. G. & Petersen, M. G. (2009):** *Design Atticulation for aesthetics of interaction*. In Proceedings of the International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces, DPPI09
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009):** *InterView – Introduktion til et håndværk*. 2. udgave. Hans Reitzels Forlag, København.
- Leontiev's (1978):** *Activity and Personality*. In Activity, Consciousness, and Personality. Prentice-Hall. <http://www.marxists.org/archive/leontev/works/1978/index.htm>
- Lim, Y., Stolterman, E., Jung, H., and Donaldson, J. (2007):** *Interaction gestalt and the design of aesthetic interactions*. In Proceedings of the 2007 conference on Designing pleasurable products and interfaces (DPPI '07). ACM, New York, NY, USA, 239-254.
- Lochrie, M. & Coulton, P. (2012):** *Sharing the viewing experience through second screens*. In Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video (EuroITV '12). ACM, New York, NY, USA, 199-202.
- Löwgren, J. & Stolterman, E. (2004):** *Thoughtful Interaction Design*. The MIT press, Massachusetts.
- MacKenzie, D. & Wijnman, J. (1999):** *Introductory essay: the social shaping of technology*. In the Social Shaping of Technology. Second edition. Open University Press, Maidenhead, U.K.
- Mantzari, E., Lekakos, G., & Vrechopoulos, A. (2008):** *Social tv: introducing virtual socialization in the tv experience*. In Proceedings of the 1st international conference on Designing interactive user experiences for TV and video (UXTV '08). ACM, New York, NY, USA, 81-84.
- McCarthy, J. & Wright, P. (2004):** *Technology as Experience*. The MIT Press.
- Mitchell, K., Jones, A., Ishmael, J. & Race, N. J. P. (2010):** *Social TV: toward content navigation using social awareness*. In Proceedings of the 8th international interactive conference on Interactive TV&Video (EuroITV '10). ACM, New York, NY, USA, 283-292.
- Narasimhan, N. & Vasudevan, V. (2012):** *Descrambling the social TV echo chamber*. In Proceedings of the 1st ACM workshop on Mobile systems for computational social science (MCSS '12). ACM, New York, NY, USA, 33-38.

- Nielsen, H. K. (2007):** *Interfacekultur og æstetisk erfaringsdannelse*. nr. 15. Aarhus Universitet: Aarhus Universitet, Center for Digital Æstetik-Forskning. 2007. (<http://darc.imv.au.dk/wp-content/files/15.pdf>)
- Petersen, M. G., Iversen, O. S., Krogh, P. G., & Ludvigsen, M. (2004):** *Aesthetic interaction: a pragmatist's aesthetics of interactive systems*. In Proceedings of the 5th conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques (DIS '04). ACM, New York, NY, USA, 269-276.
- Petersen, M. G. (2007):** *Squeeze: designing for playful experiences among co-located people in homes*. In CHI '07 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '07). ACM, New York, NY, USA, 2609-2614
- Prata, A. N. & Chambel, T. (2011):** *Going beyond iTV: designing flexible video-based crossmedia interactive services as informal learning contexts*. In Proceedings of the 9th international interactive conference on Interactive television (EuroITV '11). ACM, New York, NY, USA, 65-74
- Stenild, K. & Iversen, O. S. (2012)** *Motives matter: a cultural historical approach to IT mediated subject matter teaching* in Hedegaard, Edwards & FLeer (eds.) *Motives in Children's Development, Cultural-Historical Approaches*. Cambridge University Press (pp. 133-152).
- Udsen, L. E. & Jørgensen, A. H. (2005):** *The aesthetic turn: unravelling recent aesthetic approaches to human-computer interaction*. Digital Creativity, vol. 16 no. 4 pp.205-216
- van Dijk, E. M. A. G., Lingnau, A. & Kockelkorn, H. (2012):** *Measuring enjoyment of an interactive museum experience*. In Proceedings of the 14th ACM international conference on Multimodal interaction (ICMI '12). ACM, New York, NY, USA, 249-256.
- Verbeek, P. (2002):** *Devices of engagement: On Borgmann's Philosophy of Information and Technology*. Techné: Research in Philosophy and Technology, 6 (1). pp. 69-92. ISSN 1091-8264
- Walsh, G., Brown, Q., and Druin, A. (2011):** *Social networking as a vehicle to foster cross-cultural awareness*. In Proceedings of the 10th International Conference on Interaction Design and Children (IDC '11). ACM, New York, NY, USA, 209-212.
- Zimmerman, J., & Forlizzi, J. (2008):** *The Role of Design Artifacts in Design Theory Construction*. Artifact, 2(1). Taylor and Francis: 41-45.

Zimmerman, J., Forlizzi, J. & Evenson, S. (2007): *Research through design as a method for interaction design research in HCI*. In Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems. ACM Press: 493-502.

Zimmerman, J., Forlizzi, J. & Stolterman, E. (2010): *An Analysis and Critique of Research through Design: towards a formalization of a research approach*. In Proceedings of the Conference on Designing Interactive Systems. ACM Press: 310-319.

BILAG