

'Museumbeleving nader bekeken' (30 ECTS)

Onderzoeksopdracht lectoraat Crossmedia

Probleemomgeving

Hoe richt je een tentoonstelling dusdanig in dat een bezoeker datgene ervaart wat jij als tentoonstellingsmaker over wilt brengen? Dit is een van de kernvragen waar (o.a) musea dagelijks mee te maken hebben. Er bestaat namelijk veel onduidelijkheid hoe een bepaalde beleving gecreëerd kan worden en wat het uiteindelijke effect is van deze beleving op de bezoeker. Digitale media, zoals een multimedia tour of 3D visualisaties, worden als een belangrijk instrument gezien om de impact van dergelijke belevingen te vergroten. Maar we weten ook weinig over de daadwerkelijke effecten van deze verschillende instrumenten. Zal een museumbezoeker meer tevreden zijn over zijn bezoek wanneer hij helemaal ondergedompeld wordt in de wereld van de vroegere ijstijd met behulp van 3D visualisaties waar hij mee kan interacteren? En leidt het aanbieden van dergelijke belevingen tot hogere bezoekersaantallen? Uit de analyse van de SNS-regeling 'Digitale Innovatie in Musea' blijkt dat veel musea werken vanuit aannames over beleving die meer op een schot hagel lijken dan een onderbouwde en gerichte aanpak (bv. een app = een beleving) (Van Vliet, 2013). Deze onderzoeksopdracht is erop gericht om hier meer duidelijkheid in te genereren.

Onderzoeksvraag (globaal, nog te specificeren)

De overkoepelende onderzoeksvraag in dit project is:

Wat kan ik als tentoonstellingsmaker met digitale media doen om ervoor te zorgen dat de door mij beoogde bezoekersbeleving te bereiken en evalueren wat de impact hiervan is?

Als afstudeerder ben je vrij om binnen deze kaders je eigen onderzoeksvraag te formuleren. We bieden hier een aantal mogelijke (doch globale!) onderzoeksvragen aan op dit gebied, maar we dagen studenten zelf uit om deze vragen te specificeren, of wellicht zelfs op een ander terrein een onderzoeksvraag aan ons voor te leggen.

Wat kan een museum (in Amsterdam) doen met haar media-inzet om het publiek op een betekenisvolle manier voor, tijdens of na het museumbezoek te binden aan het museum?

Wat zijn factoren die tijdens een museumbezoek een beslissende impact hebben op de museumervaring? (een mogelijkheid bij deze onderzoeksvraag zou zijn om een zelfgemaakte installatie en/of applicatie te testen)

Wat kan een culturele instelling doen met de tegenwoordige crossmediale mogelijkheden om de educatieve beleving (voor een specifieke doelgroep) te versterken?

Methoden:

Afhankelijk van de onderzoeksvraag die jij als student (onder begeleiding) formuleert, bedenk je een passende methode om de onderzoeksvraag te

beantwoorden. Denk hierbij aan interviews houden met museumbezoekers over hun visie op bijvoorbeeld een bepaalde technologie, het afnemen van surveys, het testen van bepaalde technologieën in het observatorium, een experiment uitvoeren in een museum of een combinatie hiervan.

Relatie met het onderzoek van het lectoraat Crossmedia

Dit onderzoek is onderdeel van het project Designing Experiencescapes dat door het lectoraat wordt uitgevoerd (zie www.designingexperiencescapes.com en <http://www.hva.nl/onderzoek>). Zie voor een uitgebreide beschrijving van het project ook deze subsidieaanvraag: <http://www.hva.nl/create-it/publicaties/content/publicaties-algemeen/crossmedia/de-belevingswaarde-van-musea.html>.

Bedrijfsomschrijving:

De opdrachtgever voor deze afstudeeropdracht is het lectoraat Crossmedia van de Hogeschool van Amsterdam. Het lectoraat Crossmedia is de werkplaats binnen CREATE-IT applied research, het kenniscentrum van het domein Digitale Media en Creatieve Industrie van de Hogeschool van Amsterdam. In dit kenniscentrum voeren docenten, studenten en onderzoekers praktijkgericht onderzoek uit in opdracht van de creatieve industrie en de ICT-sector. We werken samen met universiteiten en andere kennisinstellingen. De resultaten uit het onderzoek komen ten goede aan de beroepspraktijk en krijgen daarnaast een vertaling naar het onderwijs. Praktijkgericht onderzoek geeft een antwoord op dringende vragen uit de praktijk, houdt het onderwijs actueel, bevordert kenniscirculatie en draagt bij aan de professionalisering van studenten en docenten.

Gewenst profiel afstudeerder:

Je bent een kritische denker en in staat om de waarde van verschillende gezichtspunten te zien. Je beschikt over een goede schriftelijke uitdrucksvaardigheid, bent proactief en hebt een positief-kritische houding. Je hebt brede interesse binnen het vak en bent ambitieus. Je bent bekend met jargon uit het marketing-, media- en communicatie-vakgebied en in staat om daar waar nodig doorheen te prikken. Je vindt onderzoek doen leuk en interessant.

Voordelen van afstuderen bij een lectoraat:

Als je afstudeert bij een lectoraat, is dat dus jouw opdrachtgever. Een plus is dat je vanuit het lectoraat Crossmedia een aantal bijeenkomsten aangeboden krijgt (naast de reguliere afstudeerbijeenkomsten met jouw begeleider) waar dieper in gegaan wordt op verschillende onderzoeksmethoden. Ook is dat een mooie mogelijkheid om gerichte vragen te stellen aan onderzoekers die werkzaam zijn binnen het vakgebied waar jij onderzoek naar gaat doen!

Contactpersoon

Bernadette Schrandt MA
Onderzoeker Crossmedia
b.schrandt@hva.nl