

## ØGET DELTAGELSE

KORT NR. 37



# De 4 oplevelsesdomæner

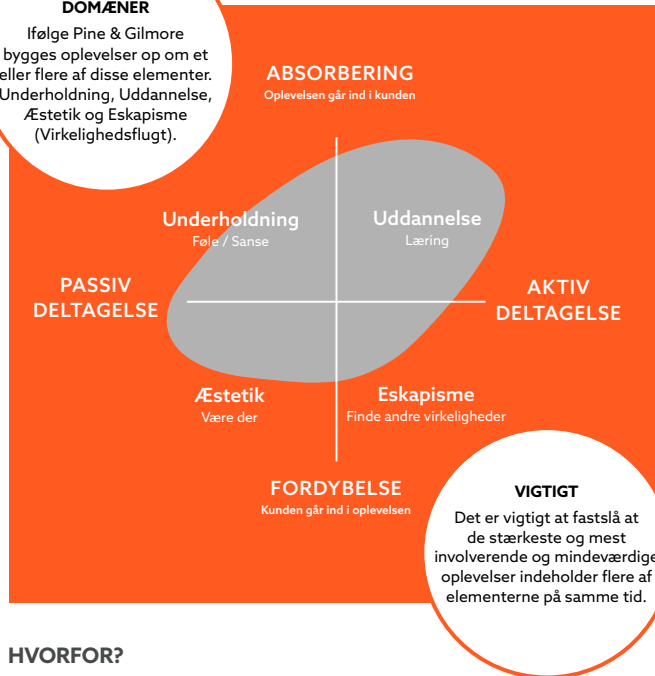
De 4 oplevelsesdomæner er en model, som kan fungere som et værktøj til at designe engagerende og meningsfulde demokratiaktiviteter til borgerne. Alle oplevelser kan placeres mellem to akser: *aktiv/passiv* deltagelse og *absorbering/fordybelse*. Som det ses på bagsiden af dette kort, indeholder modellen på den måde 4 'oplevelsesdomæner': Underholdning, Uddannelse, Æstetik og Eskapisme.

AGORA

# DE 4 OPLEVELSESDOMÆNER

## DE 4 OPLEVELSESDOMÆNER

Ifølge Pine & Gilmore bygges oplevelser op om et eller flere af disse elementer. Underholdning, Uddannelse, Æstetik og Eskapisme (Virkelighedsflugt).



## HVORFOR?

Modellen bidrager til en øget bevidsthed om, hvad det er for en type oplevelse, du ønsker at skabe.

## HVORDAN?

Stærke oplevelser kombinerer flere domæner på en gang og ved at være bevidst om domænerne og koble disse med intentionen med dit arrangement, kan du øge chancerne for at lykkes med at skabe engagerende og meningsfulde demokratiaktiviteter, der opnår det, du sigter efter.

Sådan kan du arbejde med de 4 domæner:

Underholdning: Overvej, hvordan du kan gøre demokratiaktiviteten afslappet og nemt fordøjelig. Hvordan kan du tilføje elementer undervejs, som underholder? Fx lytte til underholdende oplæg, sjove anekdoter, livlige debatarrangementer.

Uddannelse: Overvej, hvordan du kan aktivere deltagerne og skabe ny viden hos dem. Hvilke aktiviteter vil skabe både aktivering og læring? Fx deltage i workshops eller samskabende processer.

Æstetik: Overvej, hvordan du kan skabe æstetisk fordybelse i din aktivitet. Hvordan stimulerer du til sanselig fordybelse i rum og stemning? Fx modtage litterær oplevelse som en del af demokratiaktiviteten.

Eskapisme: Overvej, hvordan du kan skabe demokratiaktiviteter, der gør det muligt for deltagerne at leve sig ind i oplevelsen. Hvordan kan du skabe aktiviteter, der kan fungere som et afbræk fra virkeligheden? Fx indgå i rollespil eller simulationsøvelser.

*Teori: Værktøjet er baseret på Pine & Gilmores teori vedr. oplevelsesøkonomi*