

مدل منحنی اینزوو و کاربرد آن در موزه

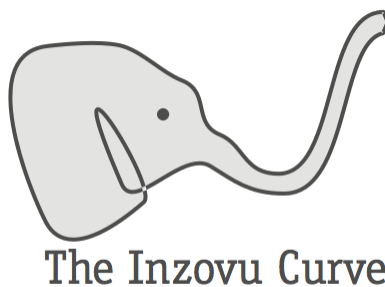
مأثده دوستی

استفاده از مدل منحنی Inzovu در یک نمایشگاه، کمک می‌کند تا تجارب دیگری را قبل از مواجهه با موضوع یا اثر اصلی به وجود آورد و بازدیدکنندگان به سمت کنش خیرخواهانه سوق داد. جذابیت موزه‌ها بیش از مجموعه آثار آن‌هاست، همانطور که یک مجسمه یا یک بنای یادبود، چیزی بیشتر از یک تکه سنگ است. بنابراین می‌توان گفت: موزه‌ها و موسسات فرهنگی‌ای که این مجموعه‌ها را ارائه می‌دهند، هدفی والاتر دارند.

موزه‌ها به دنبال ایجاد تجربه‌ای هستند که الهام‌بخش بازدیدکنندگان در مواجهه با برخی اتفاقات باشند. ایجاد تجربه‌ای ایده‌آل و جهت‌دهی به سمت فعالیت و در نهایت افزایش مشارکت بازدیدکنندگان از مهم‌ترین اهداف موزه‌هاست. منحنی اینزوو مدلی است که بر اساس آن فعالیت‌های خاصی در یک موزه طراحی می‌شود تا بر اثر مواجهه با آن، بازدیدکنندگان نوعی عکس‌العمل عاطفی را تجربه کنند.

در ژوئن سال ۲۰۱۴، شرکت UX for good به نمایندگی از مجموعه کیگالی که به تازگی «موزه-یادبود نسل‌کشی کیگالی» (۱) را در رواندا بنا کرده بود، مامور می‌شود تا از این موارد اطمینان حاصل کن: اینکه بازدیدکنندگان نه تنها تجربه عاطفی درستی با موزه و این یادواره برقرار خواهند کرد، بلکه این تجربه الهام‌بخش آنان در جلوگیری از نسل‌کشی‌های آینده خواهد بود. آنها قصد داشتند در بازدید از موزه‌های نسل‌کشی، چیزی فراتر از ایجاد ترس، اندوه و عصبانیت را برای بازدیدکنندگان رقم بزنند، آنها معتقد بودند می‌توانند حس امید را در بازدیدکننده زنده کنند تا افراد، بیش از پیش درگیر مبارزات عدالت اجتماعی شوند.

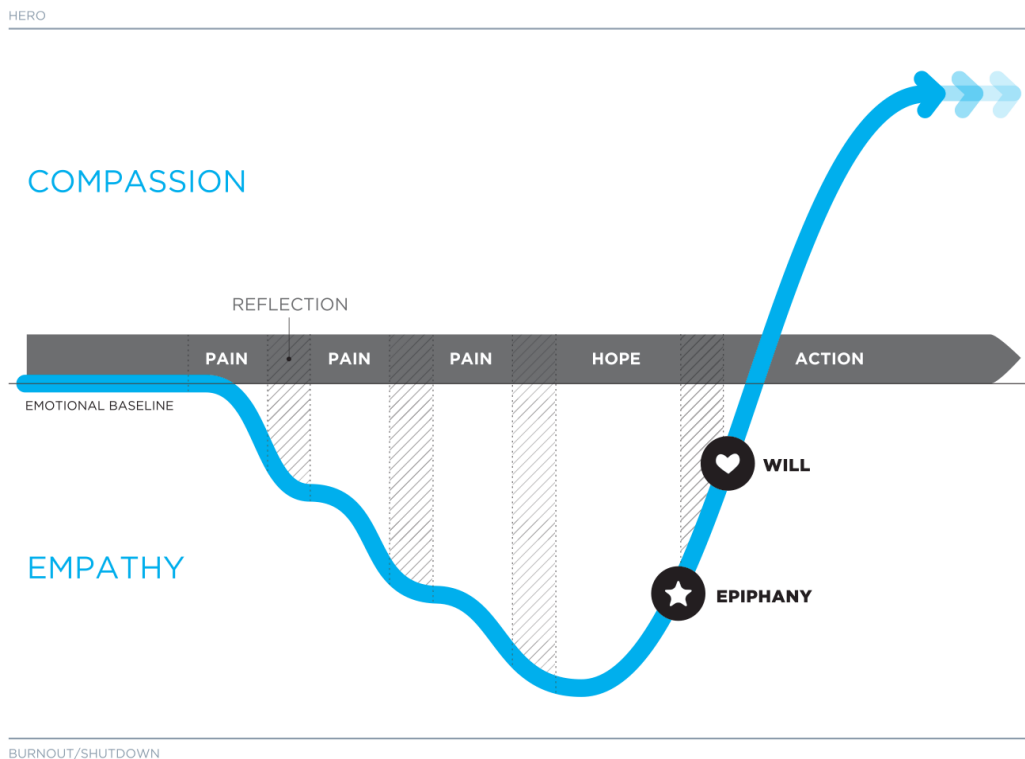
بنابراین گروهی از طراحان تجربه کاربری (۲) به رواندا فرستاده شدند تا این موارد را بررسی کنند. این شرکت با رصد دقیق بازدیدکنندگان بخصوص جوانان، مدلی را طراحی کرد که همه موزه‌ها می‌توانند از آن برای تبدیل کردن تجربیات عمیق عاطفی بازدیدکنندگان به کنش و کنش‌گری استفاده کنند. این مدل بخاطر شباهت شکل منحنی با خرطوم فیل، اینزوو (Inzovu) نام‌گذاری شده است که در زبان بومی آن منطقه به معنی فیل است.



برای اینکه تجربه احساسی به عمل تبدیل شود بازدیدکنندگان سه مرحله را پشت سر می‌گذارند. هر فردی بنا بر تجربیات شخصی خود یک نقطه شروع خنثی را تجربه می‌کند. دنباله خطی منحنی نشان دهنده مراحل مختلفی است که در یک تجربه احساسی، برای بازدیدکننده ایجاد می‌شوند؛ مانند مرحله درد عاطفی، مرحله تأمل و به فکر فرورفتن، مرحله امید یا تحول و مرحله آخر که کنش و حرکت است.

در این فرآیند دو لحظه کلیدی وجود دارد که باعث می‌شود این تجربه احساسی، کنشی را در پی داشته باشد: یک لحظه ظهور احساس غم از حادثه، دو اراده. هدایت و انتقال درست احساس بازدیدکننده از مرحله همدردی صرف به مرحله دلسوزی که بالاترین شدت تجربه احساسی خواهد بود، بسیار مهم است، زیرا به الهام گرفتن از آن حادثه برای مشارکت فعال در اموری که دنیای صلح آمیزتری را می‌سازد منجر می‌شود.

در یک نمایشگاه، منحنی اینزوو کمک می‌کند تا بتوان تجارب دیگری را قبل از مواجهه با موضوع یا اثر اصلی به وجود آورد تا بازدیدکنندگان به سمت کنش خیرخواهانه سوق داده شوند. در اجرای این مدل، در طول مسیر بازدید، لحظات خاصی که بازدیدکننده را به فکر واداشت، متحول کرد و الهام بخش او برای تغییر دنیای پیرامونش بود، بر روی نقشه تصویری نمایشگاه نقطه گذاری می‌شود. موزه‌ها می‌توانند برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز خود از کارت‌هایی که هر یک مشخص کننده یکی از افکار و تجربیات بازدیدکننده (مثل: تجربه درد عاطفی، تأمل، تحول و امید، کنش و عمل) استفاده کنند و از بازدیدکنندگان بخواهند که در این کار مشارکت کنند؛ یا می‌توانند از روش ترسیم نقشه و مشاهده استفاده کنند. این مشارکت و نوآوری‌ها در موزه می‌تواند در چهارچوب-هایی که منحنی اینزوو ارائه می‌دهد ادامه‌دار باشد.



(۱) موزه یادبود نسل کشی کیگالی آرامگاه ۲۵۰۰۰۰ قربانی قتل عام مردم توتسی در سال ۱۹۹۴ در رواندای آفریقا است .

(۲) تجربه کاربری یا UX در اینجا، به معنی مفهوم سازی و توسعه مداخلات جدید به حل چالش‌های پیچیده و اجتماعی است.

منابع جهت مطالعه بیشتر:

<https://intenseminimalism.com/2015/the-inzovu-curve-model-to-design-a-museum-experience>

<http://inzovucurve.org>

<http://inzovucurve.org/wp-content/uploads/2014/10/Inzovu-Curve-Booklet-201409071.pdf>

